



MREŽA MLADIH HRVATSKE

SAM SVOJ MAJSTOR

Anja Gvozdanović, Dunja Potočnik, Anamarija Sočo

**ISTRAŽIVANJE SOCIJALNOG
PODUZETNIŠTVA U NEPROFITNOM
SEKTORU MLADIH**

MREŽA MLADIH HRVATSKE

SAM SVOJ MAJSTOR

ISTRAŽIVANJE SOCIJALNOG
PODUZETNIŠTVA U NEPROFITNOM
SEKTORU MLADIH

AUTORICE Anja Gvozdanović, Dunja Potočnik,
 Anamarija Sočo
LEKTURA Nikola Buković
IZDAVAČ Mreža mladih Hrvatske
DIZAJN I TISAK ACT Printlab, Čakovec
 prosinac, 2009.

Posebne zahvale Denisu Sgagliardiju, Nikoli Bukoviću, Goranu Jeleniću, Đordani Barbarić, Ireni Mikulić i Teu Petričeviću.

Tiskanje ove publikacije omogućeno je temeljem financijske potpore Nacionalne zaklade za razvoj civilnoga društva u skladu sa Sporazumom br. 421-02/08-POZ-IST/04. Mišljena izražena u ovoj publikaciji su mišljenja autora i ne izražavaju nužno stajalište Nacionalne zaklade za razvoj civilnoga društva.



Nacionalna
zaklada za
razvoj
civilnoga
društva

<http://zaklada.civilnodrustvo.hr>



Grad Zagreb, Gradski ured za obrazovanje, kulturu i šport

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 729271.

ISBN 978-953-95173-6-4

sadržaj

O studiji (Sočo, A.) - 5

1/ Ideja socijalnog poduzetništva i koncept istraživanja (Potočnik, D.) - 6

2/ Podaci o udrugama iz uzorka (Gvozdanović, A.) - 12

3/ Područje djelovanja udruga (Gvozdanović, A.) - 20

4/ Ocjena društvenih okolnosti za razvoj socijalnog poduzetništva (Gvozdanović, A.) - 24

5/ Stavovi o zapošljavanju (Potočnik, D.) - 28

6/ Informiranost o socijalnom poduzetništvu (Potočnik, D.) - 37

7/ Iskustva u socijalnom poduzetništvu (Potočnik, D.) - 56

8/ Preporuke (Potočnik, D., Gvozdanović, A.) - 66

9/ Zaključak (Gvozdanović, A.) - 68

10/ Primjeri dobre prakse (Sočo, A.) - 72

Prilog 1.: Upitnik (Potočnik, D., Gvozdanović, A.) - 79

Literatura - 105

o studiji

Ova studija je nastala kao rezultat istraživačkog projekta „Sam svoj majstor“ koji je tijekom 2009. provodila Mreža mladih Hrvatske u partnerstvu s Institutom za društvena istraživanja u Zagrebu. Projekt su prepoznali i podržali Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva i Grad Zagreb.

Istraživanje „Sam svoj majstor“ tematizira fenomen socijalnog poduzetništva. Socijalno poduzetništvo inovativna je strategija rješavanja društvenih problema i zadovoljavanja potreba različitih marginaliziranih društvenih skupina koja istovremeno osigurava financijsku samoodrživost, organizacijski rast i razvoj kapaciteta neprofitnih organizacija.

Istraživanje je imalo za svrhu istražiti u kojoj mjeri mladi u neprofitnom sektoru prepoznaju potencijal socijalnog poduzetništva kao oblika razvoja organizacijske i financijske samoodrživosti te kao načina (samo)zapošljavanja mladih i drugih teško zapošljivih skupina. Namjera je također bila ustanoviti izazove s kojima se susreću organizacije mladih i za mlade, a koje predstavljaju zapreke u realizaciji poduzetničkih ideja u neprofitnom sektoru.

Nadamo se da će nalazi studije naći jasnu primjenu s obzirom da smjeraju k formuliranju konkretnih preporuka za stvaranje poticajnog okruženja za razvoj socijalnog poduzetništva, ne samo u sektoru mladih već i u neprofitnom sektoru u cijelosti.

Zahvaljujemo svim pojedincima i organizacijama koji su sudjelovali u istraživanju te tako doprinijeli realizaciji ove studije. Posebne zahvale idu Ireni Mikulić i Teu Petričeviću te njihovim organizacijama na sudjelovanju u izradi primjera dobre prakse.

Mreža mladih Hrvatske

1/ ideja socijalnog poduzetništva i koncept istraživanja

Koncept socijalnog poduzetništva ušao je u širu primjenu 1980-ih i 1990-ih, te iako je po tome noviji pojam, socijalni poduzetnici i socijalno poduzetništvo nisu bili nepoznati niti u ranijem razdoblju. Kao dobro poznate socijalne poduzetnike relativno novijeg datuma možemo nabrojati Florence Nightingale (osnivačicu prve škole za medicinske sestre), Mariu Montessori (osnivačicu nove pedagogije) te Roberta Owena (osnivača korporativnog pokreta) (Nicholls, 2006). Danas socijalno poduzetništvo zadobiva sve više pažnje iz sve više sektora, a glavni razlog sve veće popularnosti leži u njegovim višestrukim koristima po zajednicu u kojoj se primjenjuje. Kao nedavni primjer takvog utjecaja na lokalnu zajednicu možemo spomenuti dobitnika Nobelove nagrade iz 2006. godine Muhamada Yunusa koji je pokrenuo sustav zajmova za siromašne, te osnivača Apple kompanije Stevena Jobsa koji svoj kapital u velikoj mjeri koristi za socijalno poduzetništvo (Martin; Osberg, 2007: 30). No, kada govorimo o socijalnom poduzetništvu ne govorimo samo o sustavima koji su pokrenuli vlasnici financijskog kapitala sa svrhom razvoja zajednice već i o poslovanju klasično neprofitnih sektora poput nevladinih udruga. U potonjem slučaju riječ je o aktivnostima koje nevladinim udrugama pomažu pribaviti kapital za vlastito djelovanje dok se višak ulaže u aktivnosti korisne po širu zajednicu. Kao što kaže Evers

(2006: 7) «... jezik i kompetencije poduzetništva su dosti-
guća koja trebaju biti ugrađena u organizacije trećeg
sektora s ciljem razvoja socijalnog poduzetništva».

Socijalno poduzetništvo je različito od poslovnog podu-
zetništva koje vidi vrijednost u kreiranju novih tržišta, te
time možemo reći da socijalno poduzetništvo teži stva-
ranju vrijednosti koje imaju pozitivno transformativno
djelovanje na zajednice u nepovoljnoj socijalnoj situaciji
te po društvo u cjelini. «Jednostavno rečeno, socijalno
poduzetništvo je iznalaženje inovativnih načina kreira-
nja boljih rezultata za društvo» (Martin; Osberg, 2007:
36). No, postoje dvije vrijedne aktivnosti koje trebaju biti
razgraničene od socijalnog poduzetništva. Prva je osigu-
ranje socijalne skrbi poput briga za oboljele od AIDS-a
ili siročad, dok se druga tiče sistemskog rješenja poput
osnivanja škola za djecu koja ju inače ne bi imala šanse
pohađati.

Socijalni su poduzetnici pioniri u inovativnim i sistem-
skim pristupima koji zadovoljavaju potrebe marginalizi-
ranih, obespravljenih te onih kojima nedostaju sredstva
za osnovne ekonomske aktivnosti – ukratko onih kojima
nedostaju financijska sredstva ili političko zaleđe kako bi
osigurali vlastitu dobrobit. Ideja socijalnog poduzetništva
kombinira strast za socijalnom misijom sa slikom uprav-
ljanja ekonomskim dobrima i inovacijama. Socijalni po-
duzetnici su potrebni kako bi razvili nove modele za novo
doba u razvoju ljudskih zajednice (Dees, 2001: 1; Dees;
Emerson; Economy, 2001), tj. socijalni poduzetnici su po-
jedinci s inovativnim rješenjima za najveće probleme za-
jednice te imaju izraženu ambiciju da ustraju u rješavanju
društvenih problema nudeći nove ideje.

Ako krenemo u uže definiranje socijalnog poduzetnika
reći ćemo da je socijalni poduzetnik svaka osoba u bilo
kojem sektoru koja koristi usvojene strategije stjecanja
ekonomskih sredstava kako bi postigla društveno kori-
stan cilj te se od klasičnog poduzetnika razlikuje na dva
načina (Boschee, McLurg, 2003: 3):

- Tradicionalni poduzetnici često posluju na društveno odgovoran način. Doniraju novac nevladinim udrugama, odbijaju sudjelovati u određenom tipu poslova, koriste materijale i prakse sigurne za okoliš, ponašaju se prema svojim zaposlenicima s poštovanjem. Sve je ovo vrijedno divljenja no njihovi su napori samo posredno vezani uz socijalne probleme. Socijalni poduzetnici su drukčiji jer su njihove strategije zarađivanja neposredno vezane uz njihovu društvenu misiju. Oni ili zapošljavaju osobe s problemima u razvoju i osiromašene te na drugi način ugrožene skupine, ili nude proizvode i usluge vezane uz specifičan problem zajednice npr. rad s učenicima koji bi mogli napustiti školovanje, proizvodnju pomagala za osobe s problemima u razvoju, kućnu ispomoć starijim osobama, razvoj kurikuluma za podrazvijena podružja u školstvu.
- Drugo, tradicionalni poduzetnici mjere svoj uspjeh financijskim rezultatima. S druge strane, socijalni su poduzetnici vođeni dvojakim kriterijem – spojem financijske i društvene koristi. Profit je još uvijek cilj ali nije jedini cilj; profit se reinvestira u ostvarenje misije te ne služi isključivo kako bi bio podijeljen poduzetnicima. Jer, kao što Austin i Reficco kažu (2009: 4), jedan od bitnih ciljeva ovog oblika poduzetništva vezan je uz vrijednosti kompanije, čiji se upravljači vide kao osobe vrijedne povjerenja, sposobne stvoriti inovativna rješenja društvenih problema.

Comolli, Varga i Varga (2007) proveli su NESsT istraživanje o socijalnom poduzetništvu u kojem kažu da se socijalno poduzetništvo može provoditi putem različitim vidova aktivnosti (6-7):

- Honorarima za usluge;
- Kamatama od ulaganja;

- Prodajom proizvoda – samostalno proizvedenih ili doniranih;
- Korištenjem nematerijalne imovine poput patenta, licenci, naknada za intelektualno vlasništvo ili prijenosa prava iz vrijednosnih papira;
- Korištenjem materijalne imovine – iznajmljivanjem nekretnina, prostora ili opreme;
- Članarinama.

Istraživanju o mogućnostima socijalnog poduzetništva potreban je pred-korak u njegovu razvoju, te kao što Seelos i Mair kažu (2005: 7) njegovo je istraživanje vrlo slično istraživanju i razvoju tradicionalnog poduzetništva. NESsT studija navodi za cilj istraživanja (8) procjenu i analizu oblika socijalnog poduzetništva koje provode hrvatske udruge te izazova s kojima se suočavaju u njihovom planiranju i provedbi. NESsT zaključak jest da se hrvatske organizacije svakog dana suočavaju s nesigurnostima u smislu svoje održivosti te da gotovo nijedna od njih nema osigurano osnovno financiranje, što ih prisiljava da se oslanjanju isključivo na nepredvidljiv priljev projektnih sredstava. Stoga se sve više hrvatskih udruga iz nužde okreće tržištu u pokušaju da ostvare prihode za financiranje svoga rada. Većina projekata socijalnog poduzetništva sastoji se od prodaje proizvoda, ili naplaćivanja usluga, no neke su se okrenule inovativnim pristupima poput ekoturizma ili prodaje usluga državnim i lokalnim institucijama.

Socijalno poduzetništvo u nevladinim udrugama započelo je svoj razvoj no još uvijek pati od nedostataka od kojih su ključni nedostatak kapaciteta, ljudskih resursa i stručnosti potrebnih za pokretanje socijalnog poduzetništva. No, NESsT studija (8) zaključuje da: «Usprkos ovim preprekama, organizacije civilnog društva u Hrvatskoj imaju vrlo pozitivan stav prema mogućnostima socijalnog poduzetništva. Općenito su svjesne da se međunarodni donatori povlače iz Hrvatske i da moraju pronaći alterna-

tivne izvore prihoda kako bi osigurale svoju održivost. Većina ih također shvaća socijalno poduzetništvo kao način izravnog ostvarivanja misije svoje organizacije (umjesto jednostavnog prikupljanja financijskih sredstava za njeno promicanje)».

Poznati primjeri organizacija mladih koje razvijaju projekte socijalnog poduzetništva malobrojni su, a organizacijama mladih generalno nedostaju potrebna znanja i vještine, početna financijska ulaganja, a ponekad i organizacijski kapaciteti, za razvijanje projekata socijalnog poduzetništva. Iako organizacije mladih često imaju potencijale za provođenje svojih projekata i programa samostalno ili u partnerstvima, mali broj organizacija ima osigurana osnovna financijska sredstva te su prisiljene oslanjati se na nesigurna projektna sredstva. Situacija je tim nepovoljnija što većina lokalnih i regionalnih samouprava još uvijek ne prepoznaje udruge mladih kao resurs u koji je potrebno ulagati, a one koje ih prepoznaju izdvajaju za njih nedostatna sredstva iz svojih proračuna. U ovakvom kontekstu, projekti socijalnog poduzetništva pružaju sjajnu alternativu za osiguranje financijske i organizacijske samoodrživosti.

Istraživanje «Sam svoj majstor», čiji će rezultati biti predstavljeni ovom studijom, tematizira fenomen i primjenu socijalnog poduzetništva u neprofitnom sektoru mladih, a projekt ima za svrhu istražiti u kojoj su mjeri mladi upoznati s modelima razvijanja projekata socijalnog poduzetništva, mapirati postojeće primjere takvih projekata te iznaći nove preporuke za razvoj socijalnog poduzetništva mladih i neprofitnih organizacija mladih. Uz ovu osnovnu svrhu istraživanja, njegovi rezultati mogu neposredno poslužiti kao korisne smjernice za planiranje nacionalnih i lokalnih strategija za smanjenje nezaposlenosti mladih ili poticanja razvoja inovativnih i socijalno odgovornih poduzetničkih programa od strane institucija vlasti. Publikacija će, uz radnu bilježnicu, kao produkt istraživanja, imati vrlo praktičnu primjenu za mlade i organizacije

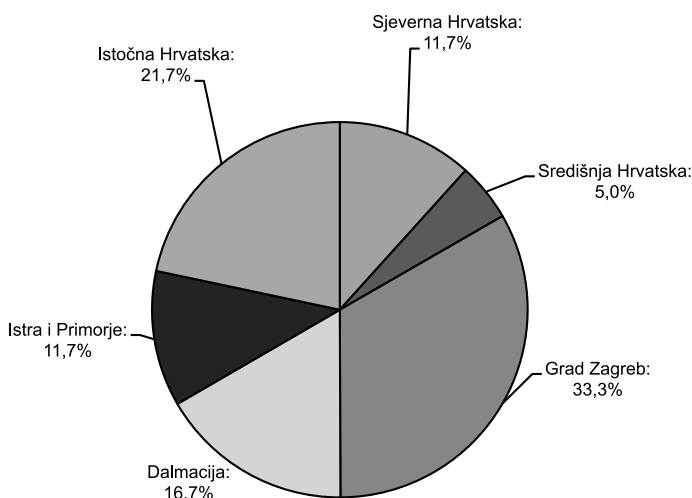
mladih (te neprofitni sektor u cijelosti) koji će je moći koristiti ne samo kao izvor statističkih podataka već i kao vodič koji će sadržavati informacije o praktičnim načinima i modelima poduzetničkih mogućnosti za neprofitni sektor mladih.

Predviđeni uzorak istraživanja, provedenog anketnim upitnikom, obuhvaćao je 400 ispitanika u dobi od 15 do 29 godina u četiri hrvatske makroregije (po 100 ispitanika po regiji), a postavljanjem elektronskog upitnika planiran je i slučajni uzorak. No, zbog specifičnosti uzorka, tj. aktivnih osoba u udrugama mladih ostvaren je uzorak od 304 ispitanika, koji, iako manji po obimu predstavlja dobru mjeru za procjenu varijabli koje su ušle u analizu. Ovih 304 upitnika dobiveno je kao rezultat suradnje sa 60 udruga mladih. Osim distribucije pojedinih odgovora ispitanika pokušali smo iznaći i njihovo razlikovanje u stavovima no predstavnici udruga mladih razlikuju se u samo dva obilježja – visini godišnjeg proračuna udruge i sjedištu udruge – i to samo u dijelu stava o poželjnosti socijalnog poduzetništva kao načina funkcioniranja udruga.

2/ podaci o udrugama iz uzorka

Iako su bili navedeni kao pitanja u upitniku, podatke o nazivu udruge, telefonu i faks broju, e-mail adresi, broju mobilnata te web stranici udruge nećemo navoditi u izvješću, obzirom da je ispitanicima jamčena anonimnost. Stoga je prvo obilježje udruge analizirano u ovom poglavlju: sjedište udruge. Grad Zagreb je prikazan kao samostalna regija, a ostalih pet regija konstruirano je na sljedeći način: Sjeverna Hrvatska (Zagrebačka, Krapinsko-zagorska, Varaždinska, Međimurska, Koprivničko-križevačka i Bjelovarsko-bilogorska županija), Središnja Hrvatska (Sisačko-moslavačka, Karlovačka i Ličko-senjska županija),

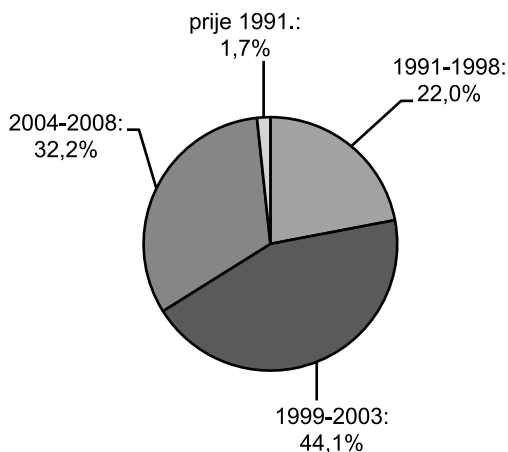
Grafikon 1: Sjedište udruge (%)



Istra i Primorje (Istarska i Primorsko-goranska županija), Istočna Hrvatska (Virovitičko-podravska, Požeško-slavonska, Brodsko-posavska, Osječko-baranjska i Vukovarsko-srijemska županija) i Dalmacija (Zadarska, Šibensko-kninska, Splitsko-dalmatinska i Dubrovačko-neretvanska županija).

U Gradu Zagrebu se nalazi oko 33% udruga, u Istočnoj Hrvatskoj blizu 22%, Dalmaciji oko 17%, Sjevernoj Hrvatskoj kao i u Istri i Primorju blizu 12% te Središnjoj 5% udruga.

Grafikon 2: Godina osnutka udruge (%)



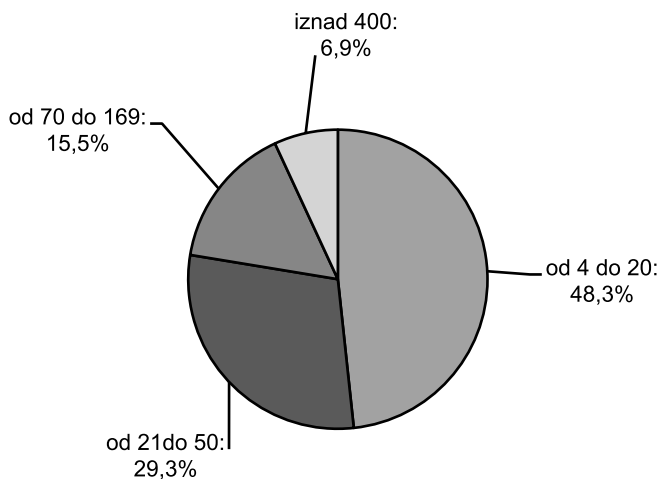
Najveći postotak, 44,1% udruga osnovano je u razdoblju od 1999. do 2003.godine, zatim oko 32% od 2004. do 2008., 22% u razdoblju 1991.-1998. i 1,7% prije 1991. Dakle, najveći broj udruga osnovan je u zadnjih deset godina, njih 76%.

Tablica 1: Svrha i područje djelovanja udruge

Svrha i područje djelovanje udruge	%
1. Poboljšanje kvalitete života mladih	18,2
2. Aktivizam mladih	16,4
3. Humanitarni rad i volonterstvo	14,5
4. Kultura i mladi	14,5
5. Obrazovanje i informiranje	12,7
6. Slobodno vrijeme mladih	12,7
7. Izgradnja demokracije i civilnog društva	10,9

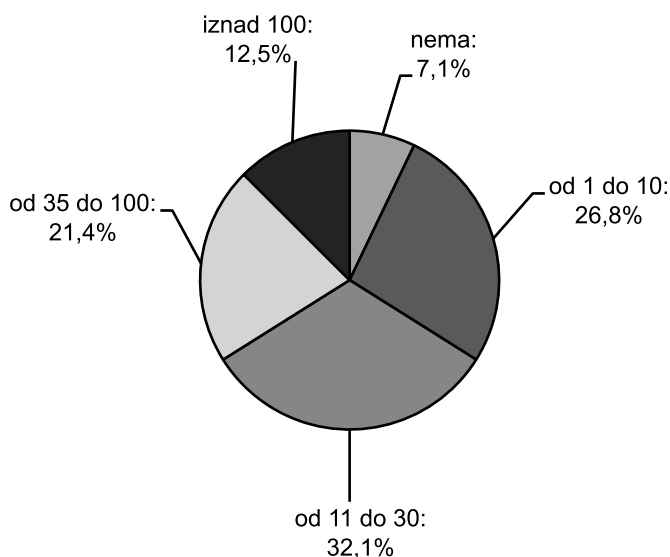
Svrha i područje djelovanja udruga bilo je postavljeno kao otvoreno pitanje na koje su predstavnici udruga odgovarali svojim riječima o svrsi i djelovanju svojih udruga. Kao što je i prikazano, odgovori su doista raznorodni pa tako oko 18% ima za svrhu poboljšanje kvalitete života mladih, 16,4% se zalaže za aktivizam mladih, oko 14% za kulturu i mlade, isto toliko promiče humanitarni rad i volonterstvo, dok obrazovanje i informiranje obuhvaća njih blizu 13%, a isto toliko ima i onih koji promiču kvalitetno provođenje slobodnog vremena mladih. Za izgradnju demokracije i civilnog društva zalaže se skoro 11% udruga.

Grafikon 3: Udruge po broju individualnih članova udruge (%)



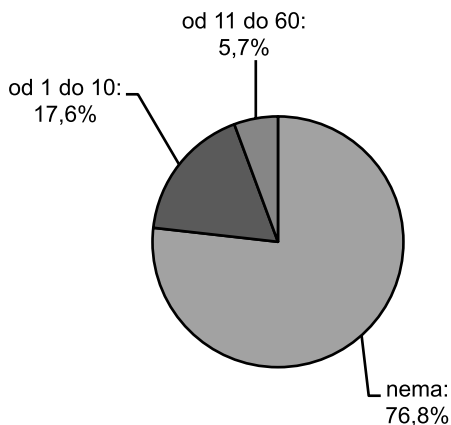
Ukupan broj članova udruge razlomili smo na tri dijela jer nas je zanimalo koliko ima individualnih članova, zatim koliko je mlađih od 30 godina života te pravnih osoba. Individualnih građana kao članova udruge u oko 50% slučajeva ima od 4 do 20, blizu 30% od 21 do 50, oko 15% od 70 do 169 te iznad 400 članova ima 6,9% udruga.

Grafikon 4: Udruge po broju individualnih članova mlađih od 30 godina (%)



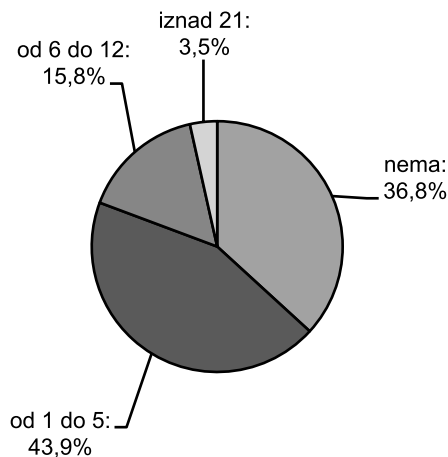
Trećina udruga ima od 11 do 30 mladih članova, 26,8% od 1 do 10, nešto više od petine udruga ima 35 do 100 mladih, 12,5% ima iznad 100 mladih članova, a oko 7% uopće nema članove među mladom populacijom. Što se članova pravnih osoba tiče, kako je prikazano u grafikonu 5, velika većina udruga, 76,8% uopće nema pravne osobe za članova, tek nešto više od dvadesetak posto ih ima: oko 17% ima od 1 do 10, blizu 6% ima od 11 do 60 takvih članova.

Grafikon 5: Udruge po broju pravnih osoba (%)

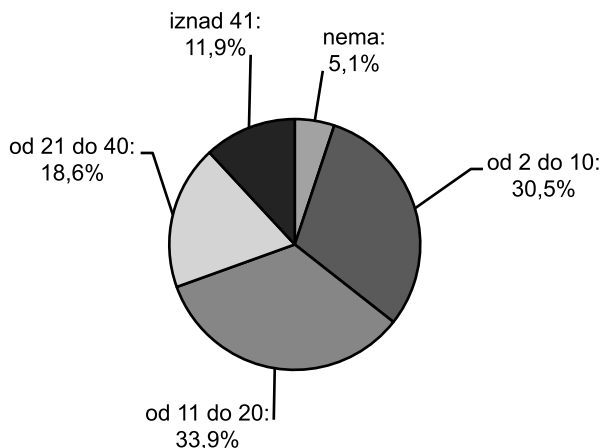


Sljedeći grafikon prikazuje postotak udruga s brojem stalno zaposlenih. Kako vidimo, dobar dio udruga, blizu 44% ima do 5 zaposlenih, blizu 37% uopće nema zaposlenih osoba, 15,8% ima od 6 do 12, a 3,5% zapošljava iznad 21 osobu.

Grafikon 6: Udruge po broju stalno zaposlenih (%)



Grafikon 7: Udruge po broju volontera (%)



Mnogim udrugama je rad volontera jedan od ključnih za život udruge, pa tako u čak 33,9% slučajeva nalazimo od 11 do 20 volontera, u oko 30% od 2 do 10, skoro petina ih ima od 21 do 40 volontera, a iznad 41 volontera ima skoro 12% udruga u uzorku. Oko 5% udruga, se uopće ne koristi mogućnostima volonterskog rada.

Tablica 2: Stručna sprema zaposlenika i volontera udruge

Stručna sprema	%	
	Zaposleni	Volonteri
1. Bez školske spreme	-	0,4
2. Završena osnovna škola	3,7	3,2
3. Trogodišnja srednja stručna škola	4,4	6,0
4. Četverogodišnja srednja škola	28,1	51,3
5. Viša škola	7,0	7,0
6. Fakultet	47,8	30,6
7. Magisterij, doktorat	8,9	1,6

Kao što je u tablici 2 prikazano, zaposleni su u najvećem postotku, njih skoro 48% visoke stručne spreme, s fakultetskom diplomom, nakon čega slijede osobe sa završenom srednjom školom, trećina od ukupno zaposlenih u

udrugama. Skoro 9% zaposlenih ima magisterij ili doktorat dok ih je 7% sa višom školom, oko 4% s trogodišnjom a nešto manje od 4% ima samo osnovnu školu. Volonteri, pak, većinom u nešto više od 50% slučajeva imaju završenu četverogodišnju školu, skoro trećina ih ima fakultetsku diplomu dok višu školu ima njih 7%. 6% ih je sa srednjom trogodišnjom, oko 3% s osnovnom i nešto više od 1% s magisterijem ili doktoratom. Zaposlenika kao i volontera bez završene osnovne škole gotovo da i nema.

Sljedeće nas je zanimalo u kojem rasponu se kreće proračun udruga u uzorku.

Tablica 3: Proračun udruge

Proračun udruge	%
1. do 15.000,00 kn	10,5
2. 15.000,00 - 25.000,00 kn	7,0
3. 25.000,00 - 50.000,00 kn	10,5
4. 50.000,00 - 75.000,00 kn	7,0
5. 75.000,00 - 100.000,00 kn	3,5
6. 100.000,00 - 125.000,00 kn	3,5
7. 125.000,00 - 250.000,00 kn	5,3
8. 250.000,00 - 500.000,00 kn	26,3
9. 500.000,00 - 1.000 000 kn	10,5
10. više od milijun kuna	15,8

Nešto više od četvrtine udruga ima proračun u rasponu od 250 000kn do 500 000kn, blizu 16% ima više od milijun kuna a nešto više od 10% ima do 15 000kn, zatim 25 000 do 50 000kn te 500 000kn do milijun kuna. Po 7% imaju do 25 000 i do 75 000kn. Oko 5% udruga ima do 250 000kn, a po 3,5% oni do 100 000kn i do 125 000kn. Vezano za temu istraživanja i proračun udruge, nameće se pitanje važnosti izvora financiranja, te su zato ispitanici zamoljeni da procjene važnost određenih izvora u svrhu pribavljanja sredstava za funkcioniranje udruga.

Tablica 4: Rangiranje izvora financiranja

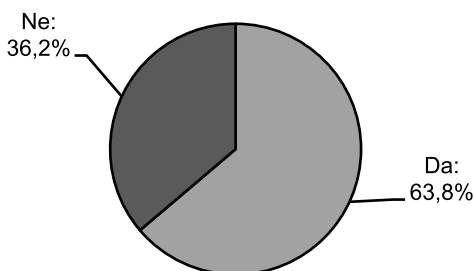
Izvori financiranja	RANGОВI (%)						
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
Regionalna lokalna samouprava	6,1	12,2	10,2	22,4	28,6	20,4	-
Državni proračun	2,7	5,4	13,5	13,5	16,2	45,9	2,9
Međunarodne potpore	9,7	12,9	19,4	19,4	22,6	12,9	3,2
Vlastita djelatnost	12,1	6,1	33,3	27,3	9,1	9,1	3,0
Donacije građana	33,3	33,3	9,1	12,1	12,1	-	-
Prihodi od članarine	25,0	37,5	9,4	9,4	6,3	12,5	-
Ostalo	-	-	-	-	-	-	-

Na prvom mjestu većine udruga, odnosno u trećini slučajeva, kao glavni izvor financiranja su prepoznate donacije građana, a četvrtini prihodi od članarina. 12% udruga vlastitu djelatnost prepoznaje kao primarni izvor sredstava, blizu 10% međunarodne potpore, regionalnu i lokalnu samoupravu oko 6%, a državni proračun tek nešto manje od 3% udruga. Na drugom mjestu su prihodi od članarina najzastupljeniji u nešto manje od 40% slučajeva, odmah iza njih na drugom mjestu se također nalaze donacije građana s 33%. U trećini slučajeva, vlastita djelatnost prepoznata je kao treća ali i četvrta po važnosti za financijski opstanak udruge. Regionalna i lokalna samouprava u skoro 30% se nalaze na petom mjestu po važnosti, a u 45% udruga državni proračun je na samom kraju ljestvice važnosti.

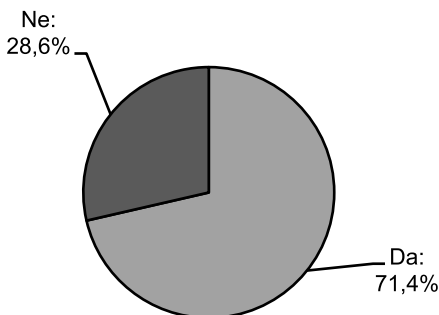
3/ područje djelovanja udruga

Nakon općih podataka o udrugama u uzorku, ovo poglavlje će se usmjeriti na područja i načine na koje udruge djeluju. Kao što je vidljivo u grafikonu 8 i 9, više od 60% udruga djeluju samostalno a nešto više od 70% su članice nacionalnih saveza ili organizacija.

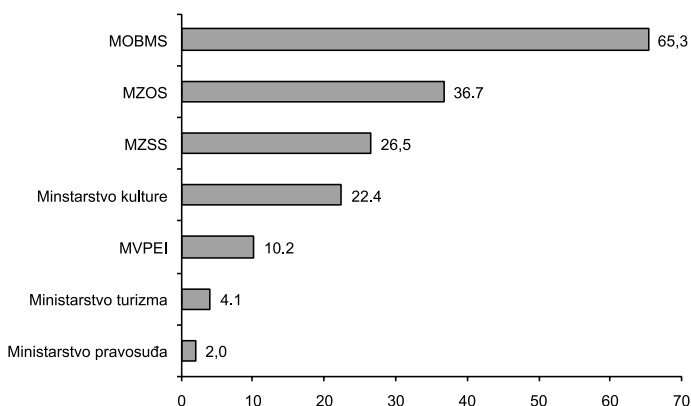
Grafikon 8: Samostalno djelovanje udruga (%)



Grafikon 9: Članstvu udruge u nacionalnom savezu ili organizaciji (%)

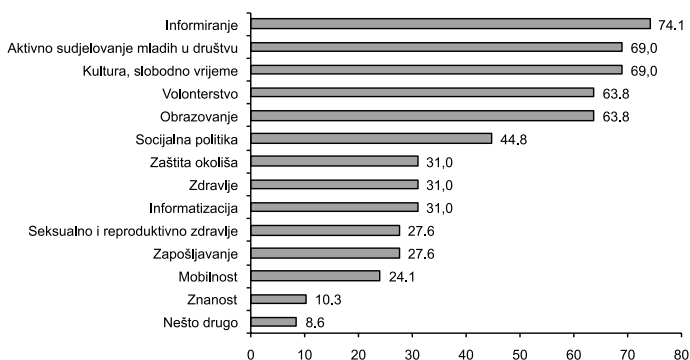


Grafikon 10: Naziv tijela državne uprave pod čiju nadležnost udruga potpada (%)



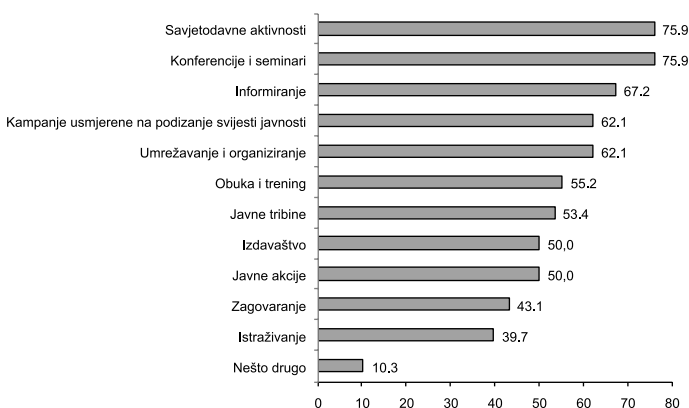
Najveći postotak udruga, oko 65% potpada pod nadležnost Ministarstva obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti, što je i logično s obzirom da se radi o udrugama mladih. 36,7% udruga su u nadležnosti Ministarstva znanosti, obrazovanja i sporta, oko četvrtine potpadaju pod Ministarstvo zdravstva i socijalne skrbi, više od petine pod Ministarstvo kulture, a Ministarstvo turizma i Ministarstvo pravosuđa nadležno je u manje od 5% udruga.

Grafikon 11: Područje djelovanja udruge (%)



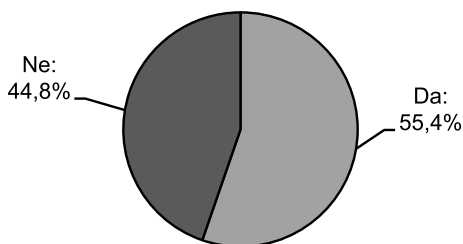
Kao područje djelovanja, informiranje je zastupljeno u oko tri četvrtine udruga, nešto manje od toga 69% udruga zalaže se za aktivno sudjelovanje mladih u društvu, isto toliko djeluje na području kulture i slobodnog vremena mladih. Oko 64% djeluju na području volonterstva, a isto toliko na području obrazovanja. Tih pet područja je najzastupljenija djelatnost udruga u uzorku. Zatim slijedi socijalna politika s nešto manje od 50%, zaštita okoliša, zdravlje i informatizacija oko 30%, seksualno i reproduktivno zdravlje te zapošljavanje sa oko 27% udruga. Mobilnost je zastupljena u četvrtini slučajeva, dok je znanost prisutna kao djelatnost udruge u 10,3% slučajeva. Aktivnosti udruge mogu se iščitati u idućem grafikonu.

Grafikon 12: Aktivnosti udruge (%)



Tri četvrtine udruga se bavi kako savjetodavnim aktivnostima tako i konferencijama i seminarima. Nešto manje od 70% udruga bavi se informiranjem, a oko 60% javnim kampanjama te umrežavanjem i organiziranjem. Oko 55% udruga obučava ljude novim vještinama, a oko 53% organizira javne tribine. Izdavaštvom i javnim akcijama se bavi polovica udruga, zagovaranjem oko 43%, istraživanjima blizu 40% a ostalim aktivnostima 10,3%.

Grafikon 13: Izdavanje publikacije (%)

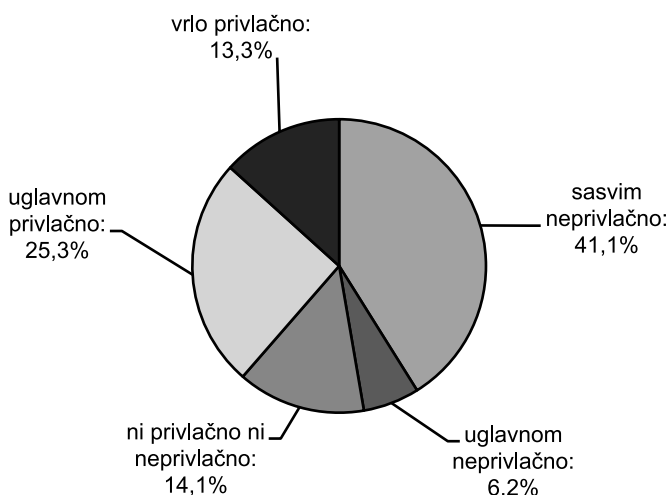


Oko 55% udruga izdaje publikacije u vidu brošura, priručnika, letaka, monografija dok njih oko 45% ne objavljuje nikakve publikacije.

4/ ocjena društvenih okolnosti za razvoj socijalnog poduzetništva

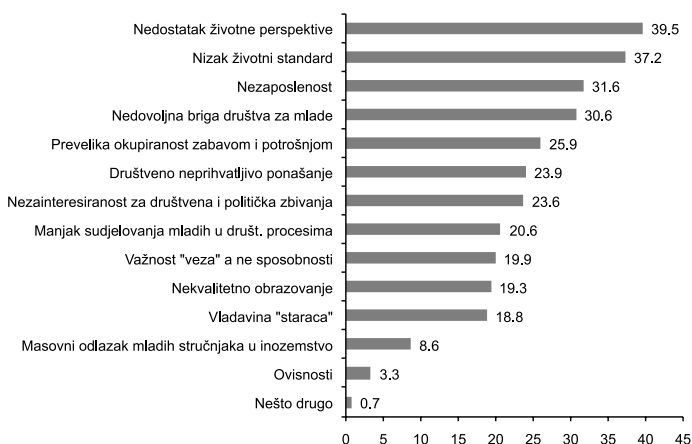
Iako je inventivnost, hrabrost i aktivnost mladih za razvoj civilnog društva itekako važna, s obzirom da su oni, između ostalog, izvor mogućih socijalnih promjena, društvene okolnosti su one koje pružaju snažan impuls za motivaciju, kao i demotivaciju mladih ljudi za društveno-političku angažiranost. Utoliko, zanimala nas je procjena ispitanika o privlačnosti mjesta u kojima žive za život mladih, što je i prikazano idućim grafikonom.

Grafikon 14: Privlačnost mjesta za život mladih



Nešto više od 40% ispitanika procjenjuje život u svom mjestu potpuno neprivlačnim, a tek oko četvrtine smatra da je uglavnom privlačno za život. Oko 14% ispitanika nije sigurno kako bi doživjelo svoje mjesto, a oko 13% ih smatraju vrlo privlačnim. Uglavnom neprivlačnim oko 6% ispitanika smatra svoje mjesto življenja. Dakle, nešto manje od polovice ispitanika smatra kako je mjesto u kojem žive u neprivlačno odnosno ne pruža uglavnom ništa što bi zadovoljilo potrebe mladih ljudi. Zatim, zanimalo nas je koja tri problema od ponuđenih bi ispitanici izdvojili kao najveće u našem društvu.

Grafikon 15: Najvažniji problemi mladih u društvu (%)

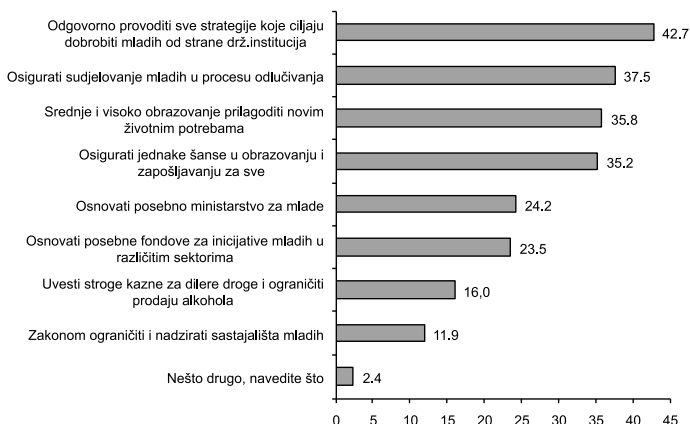


Nedostatak životne perspektive u skoro 40% slučajeva je prepoznat kao najveći problem, za njim slijedi nizak životni standard s oko 37%, zatim nezaposlenost s oko 31% te nedovoljna briga društva za mlade s oko 30%. Četvrtina je prepoznala preveliku okupiranost mladih zabavom i potrošnjom kao istaknuti problem, a nešto manje od četvrtine društveno neprihvatljivo ponašanje kao i nezainteresiranost za društvena i politička zbivanja. Petina vidi manjak sudjelovanja mladih u društvenim procesima kao i važnost «veza» u odnosu na sposobnosti te vladavinu

«staraca» problemima koji bi se trebali što prije riješiti. Manje od desetine, 8,6% odabralo je masovni odlazak mladih stručnjaka u inozemstvo odnosno *braindrain*, a manje od 4% prepoznalo je ovisnosti kao ključan problem mladih danas.

Nakon definiranja problema, postavlja se pitanje kako ih riješiti. U grafikonu 16 nalazimo odgovore na to pitanje.

Grafikon 16: Što bi trebalo učiniti za djelotvornije rješavanje problema mladih (%)

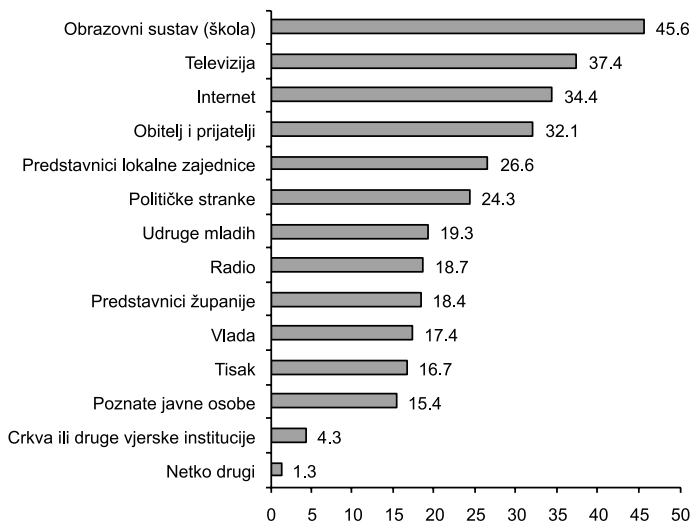


Oko 42% smatra kako bi trebalo odgovorno provoditi sve strategije koje ciljaju dobrobiti mladih i to od državnih institucija. Oko 37% vidi rješenje u osiguravanju sudjelovanja mladih u procesu odlučivanja, 35% u prilagodbi obrazovnog procesa životnim potrebama mladih, isto toliko u jednakim šansama u obrazovanju i zapošljavanju, a četvrtina smatra da bi trebalo institucionalizirati brigu za mlade na najvišoj instanci kroz osnivanje ministarstva za mlade. 16% se odlučilo na uvođenje strogih kazni za dilere i ograničavanje prodaje alkohola, a nešto više od desetine na ograničavanje i nadziranje sastajališta mladih.

U rješavanju problema, kao i u poticanju mladih na aktivno sudjelovanje u društvu, najčešće spominjemo odgovornost institucija. Zato nas je zanimalo za koje institucije

ispitanici smatraju da su najvažnije u poticanju aktivnog sudjelovanja mladih u društvu.

Grafikon 17: Institucije najvažnije u poticanju aktivnog sudjelovanja mladih u društvu

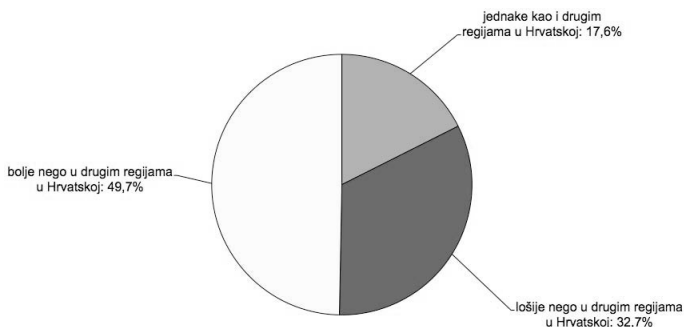


Obrazovni sustav, od osnovne škole pa do fakulteta u 45% slučajeva odabran je kao najvažnija institucija u poticanju mladih na društveni aktivizam. Nakon toga slijedi televizija s oko 37% i internet s oko 34%, a obitelj i prijatelje trećina odabire kao jednu od tri najvažnije institucije. U četvrtini slučajeva odgovornost je prepoznata u predstavnicima lokalne zajednice kao i u političkim strankama. Petina smatra da bi poticanje trebale preuzeti udruge mladih, a nešto manje od petine drže radio, predstavnike županija i Vladu odgovornima za stvaranje pozitivne atmosfere za aktivizam mladih. Oko 15% smatra tisak i poznate javne osobe kao dobro polazište za poticaj mladih, dok manje od 5% takvu vrstu potpore vidi u Crkvi.

5/ stavovi o zapošljavanju

Socijalno poduzetništvo, osim što ima ulogu pozitivne promjene po način i kvalitetu rada udruga, znatno utječe i na mogućnosti (samo)zapošljavanja, a ove su prilike prvenstveno oblikovane mogućnostima koje postoje u okolini. Stoga smo u ovoj cjelini na prvom mjestu željeli znati kakvi su stavovi predstavnika udruga o prilikama za zapošljavanje u regiji (grafikon 18). Vidimo da je skoro polovica ispitanika smatra da su prilike za zapošljavanje bolje nego u drugim hrvatskim regijama, na što vjerojatno utječe i to da je većina udruga smještenih u većim gradskim centrima. No, čak trećina ispitanika smatra da su prilike za zapošljavanje lošije nego u drugim regijama u Hrvatskoj, dok ih oko šestina smatra da su jednake kao i u drugim regijama.

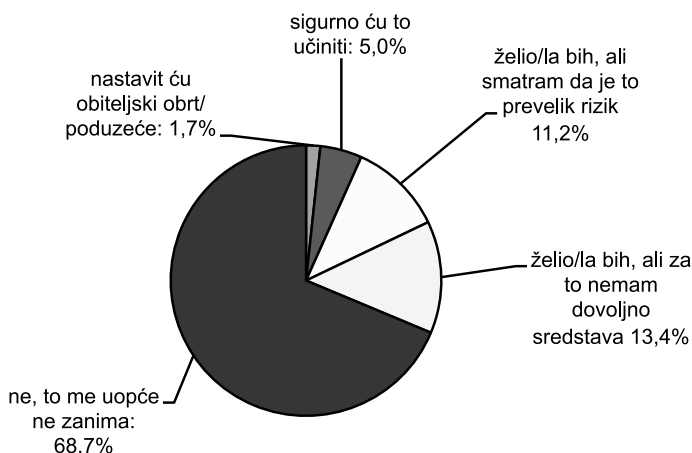
Grafikon 18: Stavovi o prilikama za zapošljavanje u regiji (%)



Poduzetničke namjere ispitali smo, između ostalog, i pitanjem o namjeri otvaranja vlastitog obrta ili poduzeća (grafikon 19), te pritom dobili većinske odgovore (više dvije trećine) o nepostojanju poduzetničkih ambicija. U dijelu ispitanika koji iskazuje ovakve ambicije, neznatan

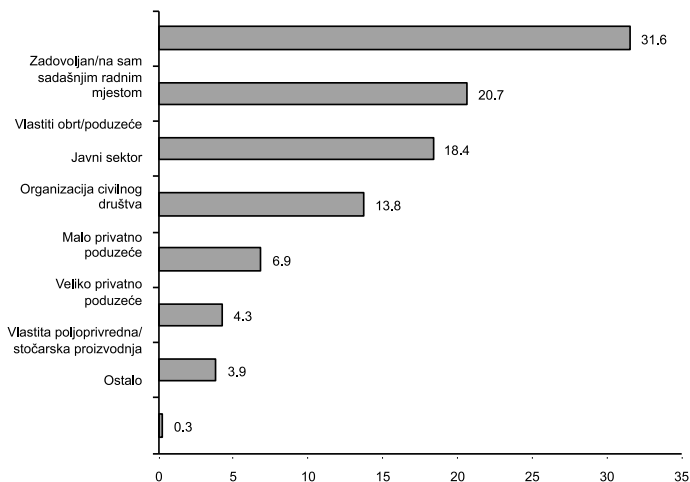
će ih broj nastaviti obiteljski obrt ili poduzeće, dok ih 25% želi voditi vlastito poslovanje ali smatraju da je to prevelik rizik ili da nemaju dovoljno financijskih sredstava. Samo ih 5% smatra da će sigurno pokrenuti vlastitu djelatnost.

Grafikon 19: Namjera otvaranja vlastitog obrta ili poduzeća (%)



Sljedeće pitanje, čije rezultate donosimo u grafikonu 20, nadovezuje se uz prethodno o poduzetničkim ambicijama i odnosi se na preferirano mjesto zaposlenja. Tako vidimo da je skoro trećina zaposlenika zadovoljna sadašnjim radnim mjestom te da ga ne žele mijenjati. Petina ispitanika želi vlastiti obrt ili poduzeće dok ih skoro petina želi raditi u javnom sektoru. U udrugama ih želi raditi nešto više od desetine ispitanika, a svi se ostali ponuđeni odgovori kreću ispod petnaestine ispitanika i to redom: malo privatno poduzeće, veliko privatno poduzeće, vlastita poljoprivredna/stočarska proizvodnja, te ispitanici koji bi radili na nekom drugom radnom mjestu.

Grafikon 20: Preferirano mjesto zaposlenja (%)



Preferirana mjesta zaposlenja, odnosno uvjerenost u sposobnost obavljanja određenog posla vezana je uz procjenu vlastitih znanja i vještina, čije rezultate donosimo u tablici 5.

Tablica 5: Procjena vlastitih znanja/vještina (%)

Znanje/vještine	%			
	Uopće ne pozna- jem	Uglav- nom ne pozna- jem	Uglav- nom pozna- jem	Vrlo dobro pozna- jem
1. Provođenja istraživanja i analize tržišta	30,6	47,0	18,8	3,6
2. Pozicioniranja proizvoda ili usluge na tržištu	40,8	42,4	14,8	2,0
3. Razvoja marketinške strategije	32,6	43,1	18,4	5,9
4. Izrade poslovnog plana	27,4	41,3	23,8	7,6
5. Pronalaska izvora podataka za opće istraživanje tržišta	33,9	40,1	21,1	4,9
6. Istraživanje potencijalnih potrošača/korisnika	32,9	39,8	23,0	4,3
7. Analiza konkurentnosti	40,1	43,1	12,8	3,9
8. Izrade financijske projekcije	31,8	39,5	22,7	6,0
9. Nešto drugo, navedite što	47,6	14,3	19,0	19,0

Kao što možemo vidjeti, ispitanicima nedostaju specifične vještine vezane uz vođenje poslovanja. Tako ih uvjerenost u poznavanje analize tržišta, marketinške strategije, izradu poslovnog plana, istraživanje i pronalaženje korisnika, analizu konkurentnosti te izradu financijskog plana iskazuje između desetine i petine ispitanika, a pre-

ko trećine ih u gotovo svim poslovnim vještinama iskazuje potpuno nepoznavanje. Navedeni rezultati ukazuju na potrebu poboljšanja vještina i znanja članova udruga, pogotovo bude li se planiralo širenje poslovnog poduzetništva u nevladinom sektoru u Hrvatskoj.

Osim sadržaja posla, u preferiranju određenog radnog mjesta, važnu ulogu imaju i mogućnosti koje radno mjesto pruža (tablica 6). U našem slučaju na prvo mjesto po važnosti dolazi kreativan i raznolik posao, a slijede nespecificirani razlozi, podržavanje socijalne vrijednosti, sigurnost radnog mjesta, fleksibilno radno vrijeme, visoka zarada i stalni izazovi. Napominjemo da je u pitanju bila ponuđena mogućnost višestrukih odgovora te navedeni rezultati daju ukupan zbroj viši od 100%. Među najmanje važnima pokazali su se društveni ugled, brzo napredovanje te prisutnost u masovnim medijima.

Tablica 6: Preferiranje određenih mogućnosti koje radno mjesto pruža (%)

Mogućnosti radnog mjesta	%				
	Potpuno nevažno	Nevažno	Ne znam/nisam siguran/na	Važno	Izrazito važno
1. Podržavanje socijalnih vrijednosti pomaganja i društvene koristi	0,3	3,1	15,7	43,0	37,8
2. Visoka zarada	2,6	4,9	17,1	58,6	16,8
3. Stalno obrazovanje i intelektualni napredak	-	1,6	16,8	42,1	39,5
4. Kreativan i raznolik posao	0,3	2,0	13,2	37,2	47,4
5. Društveni ugled	3,3	13,5	31,6	41,1	10,5
6. Stručna putovanja i rad u inozemstvu	3,6	14,8	31,6	33,6	16,4
7. Prisutnost u masovnim medijima	22,4	31,9	27,3	13,2	5,3
8. Stalni izazovi	2,0	13,2	35,2	34,2	15,5
9. Brzo napredovanje u stručnoj hijerarhiji	6,3	15,5	39,5	30,3	8,6
10. Sigurnost radnog mjesta	0,7	3,9	14,8	45,4	35,2
11. Fleksibilno radno vrijeme	1,3	5,6	17,6	46,5	28,9
12. Nešto drugo, navedite što	7,1	-	14,3	35,7	42,9

Nakon općenitih pitanja o zapošljavanju u sljedećim ćemo grafikonima i tablicama predstaviti rezultate odgovora na pitanja uže vezana uz socijalno poduzetništvo. Tako u grafikonu 21 donosimo rezultate odgovora na pitanje o dosadašnjim susretanjem s pojmom socijalnog poduzet-

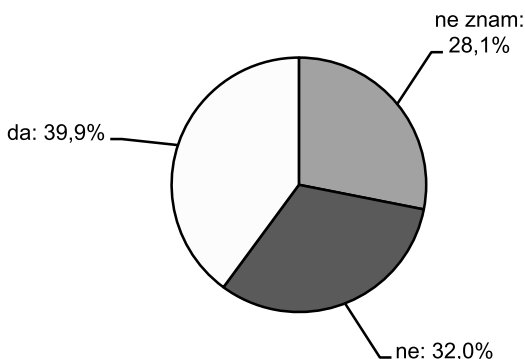
ništva. Preko dvije trećine ispitanika već se susrelo s pojmom socijalnog poduzetništva, nešto manje od trećine nije dok manje od 6% ispitanika nije sigurno je li se dosad susrelo s tim pojmom.

Grafikon 21: Dosadašnje susretanje s pojmom socijalnog poduzetništva (%)



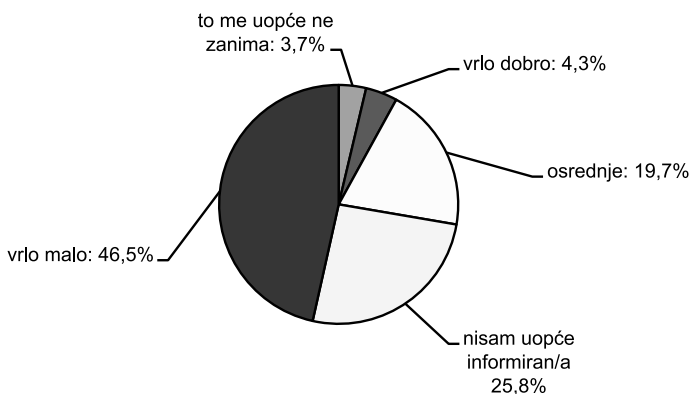
Samu upoznatost sa značenjem pojma socijalnog poduzetništva prikazujemo u grafikonu 22. Prema njemu, skoro 40% ispitanika smatra da je upoznato sa značenjem tog pojma, dok ih skoro podjednako smatra da ili nije sigurno da je upoznato ili da nije upoznato s tim pojmom.

Grafikon 22: Upoznatost sa značenjem pojma socijalnog poduzetništva (%)



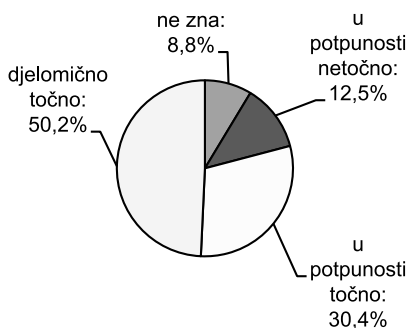
Rezultate sljedećeg pitanja koje je slično prethodno navedenom, prikazanog u grafikonu 23, možemo svesti na to da oko petine ispitanika smatra da je ili vrlo dobro ili osrednje informirano, skoro polovica smatra da je vrlo slabo informirana, preko četvrtine ih uopće nije informirana a tri posto izjavljuje da ih navedeno područje uopće ne zanima.

Grafikon 23: Procjena informiranosti o pojmu socijalnog poduzetništva (%)



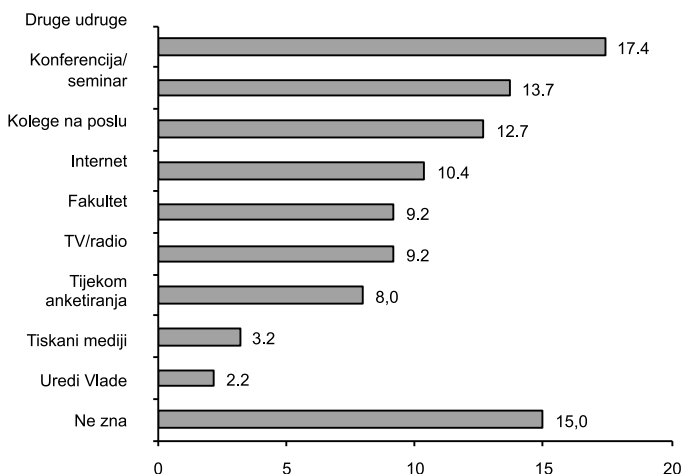
U sljedećem smo pitanju – o definiranju socijalnog poduzetništva vlastitim riječima (grafikon 24) obrnuli logiku dosadašnjih odgovora te smo odgovore dobivene od ispitanika po vlastitoj procjeni grupirali u kategorije po točnosti odgovora. Smjernice za točnost odgovora bile su vezane uz obuhvaćanje osnovnih elemenata socijalnog poduzetništva u navedenim definicijama: poduzetničke djelatnosti udruga usmjerenih na stjecanje profita koji se potom djelomično ulaže u vlastitu financijsku samoodrživost i nastavak te poduzetničke aktivnosti a dijelom u aktivnosti koje za rezultat imaju dobrobit lokalne zajednice. Po tim je kriterijima trećina ispitanika točno definirala socijalno poduzetništvo, polovica je to učinila djelomično točno, nešto više od desetine u potpunosti netočno, dok ih je osam posto izjavilo da nije upoznato sa značenjem tog pojma.

Grafikon 24: Definiranje socijalnog poduzetništva vlastitim riječima (procjena točnosti) (%)



Nakon točnosti definiranja pojma socijalnog poduzetništva zanimali su nas izvori prvotnog informiranja o socijalnom poduzetništvu (grafikon 25). Odgovori su se prilično ravnomjerno – između 17 i 8 posto – raspršili po sljedećim izvorima: druge udruge, konferencija ili seminar, kolege na poslu, internet, fakultet, TV/radio te tijekom anketiranja za ovaj projekt. Neznatan broj odgovora prikupili su tiskani mediji i uredi Vlade, dok ih čak sedmina ne zna gdje je prvi put čula za socijalno poduzetništvo.

Grafikon 25: Izvori prvotnog informiranja o socijalnom poduzetništvu (%)



6/ informiranost o socijalnom poduzetništvu

Informiranost o socijalnom poduzetništvu jedna je od ključnih komponenti za njegov razvoj te smo tom području posvetili ovo poglavlje. Na prvo smo mjesto, među ponuđenim odgovorima s višestrukim izborom, stavili sredstva informiranja o socijalnom poduzetništvu (tablica 7). Rezultati pokazuju da se kao sredstvo informiranja o socijalnom poduzetništvu najčešće koriste nespecificirani izvori, zatim internet, kontakti s drugim udrugama, radionice i seminari, specijalizirane knjige i članci, dok se u manjem broju koriste kontakti s inozemnim agencijama te kontakti s lokalnom i županijskom upravom.

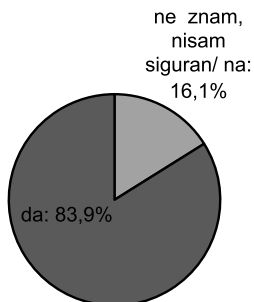
Tablica 7: Sredstva informiranja o socijalnom poduzetništvu (%)

Sredstva informiranja	%	
	Ne	Da
1. Internet	30,1	69,9
2. Specijalizirane knjige i članci	72,9	27,1
3. Radionice i seminari na temu socijalnog poduzetništva	64,7	35,3
4. Kontaktima s inozemnim organizacijama	83,0	17,0
5. Kontaktima s lokalnom i županijskom upravom	89,9	10,1
6. Kontaktima s drugim NVO iz Hrvatske	61,5	38,5
7. Nešto drugo, navedite što	14,5	85,5

Sljedeće ključno pitanje o socijalnom poduzetništvu (grafikon 26) odnosi se na percepciju potencijalnog profita lokalne zajednice od razvoja socijalnog poduzetništva. Pre-

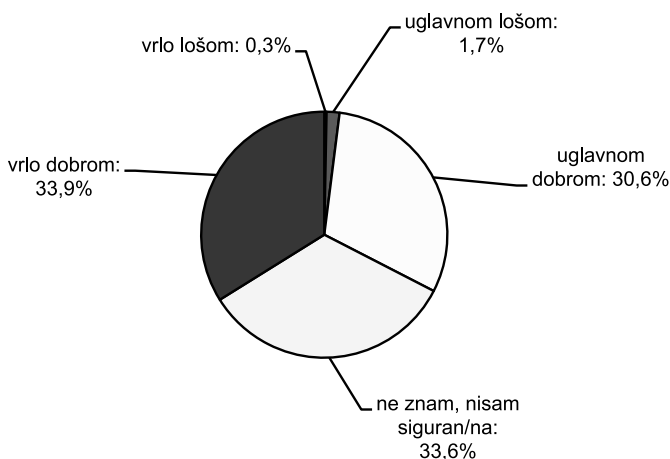
ko osam desetina ispitanika smatra da bi lokalna zajednice profitirala od takovih projekata, dok ih je ostatak neodlučan, dakle, nema ispitanika koji smatraju da lokalna zajednice ne bi profitirala od razvoja socijalnog poduzetništva.

Grafikon 26: Stav o potencijalnom profitiranju lokalne zajednice od razvoja socijalnog poduzetništva (%)



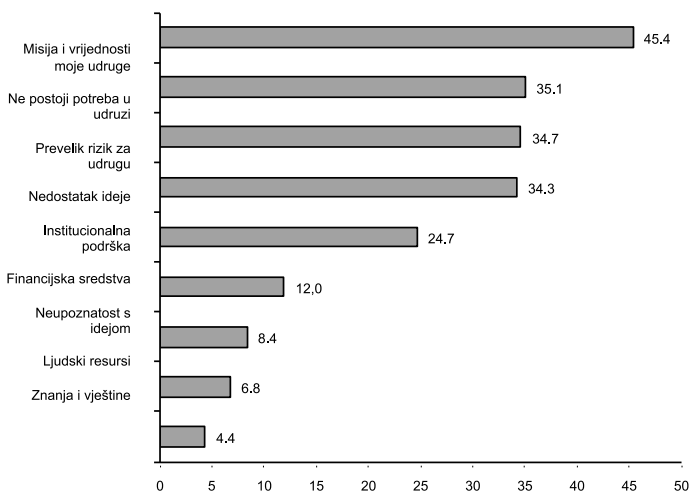
Na općenitijoj smo razini željeli znati kako ispitanici ocjenjuju samu ideju socijalnog poduzetništva (grafikon 27). Po jedna trećina ih ideju ocjenjuje ili vrlo dobrom, ili uglavnom dobrom ili nije sigurna u svoju ocjenu. Neznatan dio ih ocjenjuje da je sama ideja socijalnog poduzetništva loša.

Grafikon 27: Kako predstavnici udruga ocjenjuju ideju socijalnog poduzetništva (%)



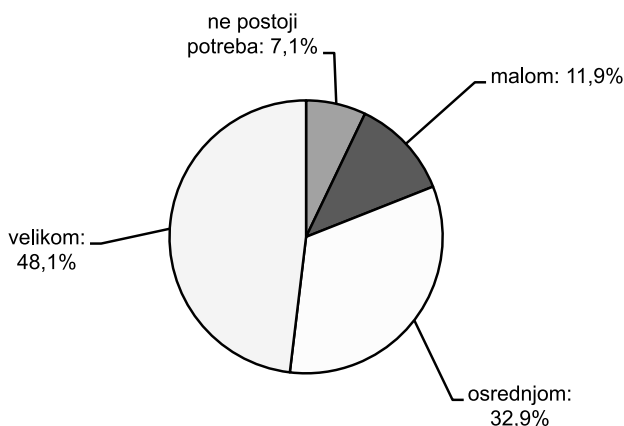
Putem sljedećeg pitanja (grafikon 28) željeli smo ispitati procjenu razloga zašto udruga do sada nije provela niti jedan projekt socijalnog poduzetništva. Ispitanicima je ponuđena mogućnost višestrukih odgovora te stoga njihov zbroj iznosi više od 100%. Na prvo mjesto dolazi neslaganje socijalnog poduzetništva s misijom i vrijednostima udruge, a slijedi nepostojanje potreba u udruzi, prevelik rizik za udrugu, nedostatak ideje i nedostatak institucionalne podrške. Manji dio ispitanika naveo je i nedostatak financijskih sredstava, neupoznatost s idejom socijalnog poduzetništva, nedostatak ljudskih resursa, te nedostatak znanja i vještina potrebnih za provođenje socijalnog poduzetništva.

Grafikon 28: Procjena razloga zašto udruga do sada nije imala projekt socijalnog poduzetništva (%)



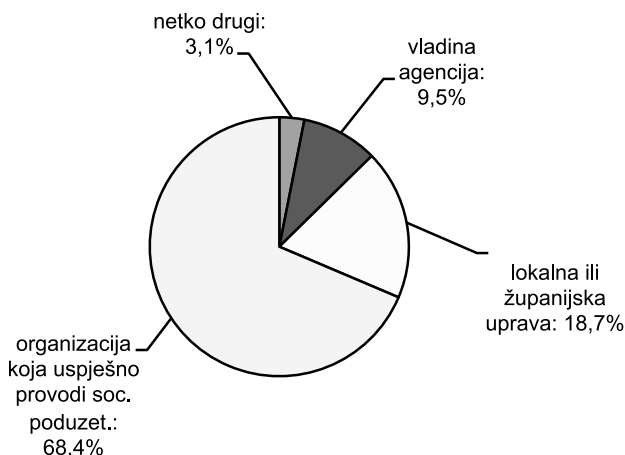
Pošto smo procijenili da bi neupoznatost sa socijalnim poduzetništvom mogla biti jedna od prepreka za njegovo pokretanje postavili smo i pitanje o procjeni potreba zaposlenika za dodatnim seminarima ili radionicama vezanim uz socijalno poduzetništvo (grafikon 29).

Grafikon 29: Procjena potrebe zaposlenika udruge za dodatnim seminarima ili radionicama na temu socijalnog poduzetništva (%)

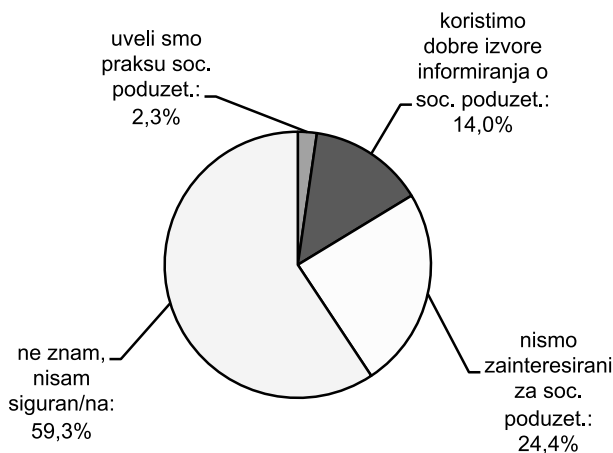


Većina ispitanika procijenila je da postoji velika ili osrednja potreba dok ih manje od petine ispitanika smatra da je takva potreba ili mala ili da ne postoji. Sljedeći grafikoni (30 i 31) neposredno su vezani uz edukaciju s područja socijalnog poduzetništva. Ispitanici su na pitanje koja bi institucija trebala organizirati edukaciju iz socijalnog poduzetništva prilično slično odgovarali – preko dvije trećine smatra da bi to trebala biti organizacija koja uspješno provodi projekt socijalnog poduzetništva, nešto manje od petina smatra da bi to trebala činiti lokalna ili županijska uprava, nešto manje od desetine tu bi ulogu dodijelilo vladinoj agenciji dok vrlo mali broj ispitanika smatra da bi to trebao činiti netko drugi. Pošto smo među odgovorima o potrebi edukacije s područja socijalnog poduzetništva dobili i one da takva potreba ne postoji, zanimali su nas razlozi nepostojanja takve potrebe. Na prvo su mjesto iskočili ispitanici – njih skoro 60% – koji ne znaju zašto takva potreba ne postoji, slijedi petina onih koje socijalno poduzetništvo ne zanima, samo sedmina iskazuje da već koriste zadovoljavajuće izvore informiranja o socijalnom poduzetništvu, dok samo dva posto ispitanika izjavljuje da takve projekte i provode.

Grafikon 30: Ukoliko postoji potreba za edukacijom s područja socijalnog poduzetništva, koja bi ju institucija ili organizacija trebala organizirati (%)



Grafikon 31: Ukoliko ne postoji potreba za dodatnim seminarima ili radionicama, koji su razlozi (%)



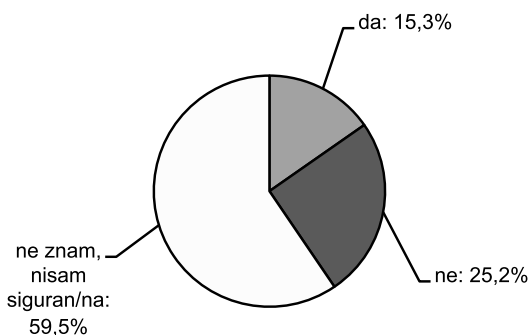
Tablica 8 također je vezana uz edukaciju iz socijalnog poduzetništva, a odnosi se na preferirane oblike dodatne edukacije na koje bi predstavnici udruga pristali u slučaju pružanja prilike za pokretanjem socijalnog poduzetništva. Kao što smo već prethodno vidjeli (tablica 5), člano-

vima udruga uvelike nedostaju znanja i vještine potrebne za poslovno upravljanje. Stoga su i odgovori na pitanje o preferiranim sadržajima u edukaciji svi prikupili vrlo visok broj ispitanika – sva ponuđena znanja i vještine unaprijediti želi oko 80% ispitanika.

Tablica 8: Na koje bi oblike dodatne edukacije predstavnici udruga pristali u slučaju pružanja prilike za pokretanjem socijalnog poduzetništva (%)

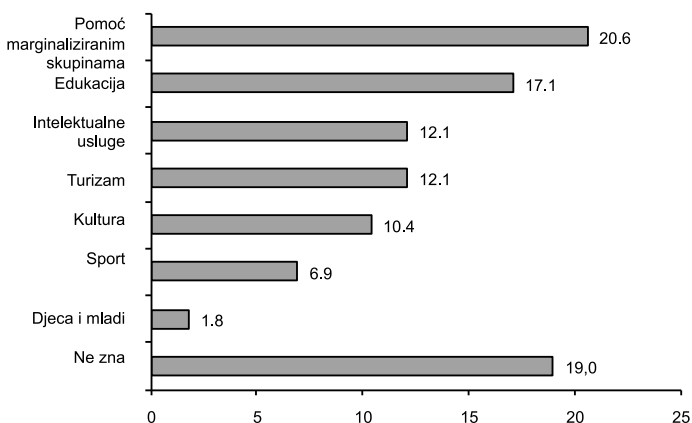
Oblici dodatne edukacije	Ne	Da	Ne, s tim sam dovoljno upoznat/a
1. Provođenje istraživanja i analize tržišta	19,2	78,1	2,7
2. Pozicioniranje proizvoda ili usluge na tržištu	17,5	78,8	3,7
3. Razvoj marketinške strategije	14,8	81,1	4,0
4. Izrada poslovnog plana	13,1	82,2	4,7
5. Pronalazak izvora podataka za opće istraživanje tržišta	17,8	78,5	3,7
6. Istraživanje potencijalnih potrošača/korisnika	16,6	79,4	3,4
7. Analiza konkurentnosti	16,9	79,7	3,4
8. Izrada financijske projekcije	14,2	82,7	3,1

Grafikon 32: Zainteresirani za pokretanje vlastitih projekata socijalnog poduzetništva (%)



Sljedećih se nekoliko grafikona odnosi na stvaran interes i planove u području socijalnog poduzetništva. Tako u grafikonu 32 donosimo podatke o članovima udruga zainteresiranim za socijalno poduzetništvo. Možemo reći da su dobiveni rezultati u skladu s prethodnim nalazima jer ispitanici nisu dovoljno informirani o socijalnom poduzetništvu i ne posjeduju vještine i znanja potrebne za njihovo pokretanje, a i sam poduhvat socijalnog poduzetništva zahtijeva vrlo intenzivan angažman. Stoga smo dobili rezultata da samo sedmina ispitanika želi sudjelovati u socijalnom poduzetništvu, četvrtina ih to ne želi dok ih je skoro dvije trećine neodlučno. U sljedećem grafikonu (33) prikazujemo rezultate o preferiranoj djelatnosti u slučaju pokretanja socijalnog poduzetništva.

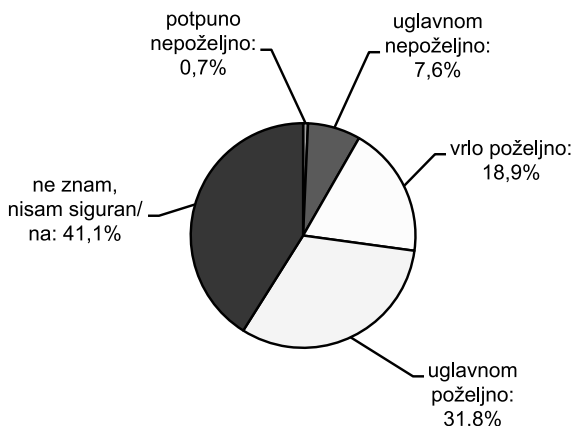
Grafikon 33: Preferirane djelatnosti u slučaju zainteresiranosti za pokretanje socijalnog poduzetništva (%)



Vidimo da se odgovori kreću u području uobičajenih djelatnosti udruga - petina ih želi pomagati marginaliziranim skupinama, nešto manje bi ih se bavilo edukacijom, dok bi ih se oko desetine upustile u poduhvate vezane uz intelektualne usluge, turizam i kulturu. Na kraju interesa nalaze se sportske aktivnosti te djeca i mladi. Kod djece i mladih moramo naglasiti da su oni već uključeni i u prvi odgovor o marginaliziranim skupinama, te pretpostavlja-

mo da se u kasnijem navođenju djece i mladih misli na rad koji se razlikuje od onih s marginaliziranim skupinama. Zadnji broj koji navodimo u ovom grafikonu odnosi se na neodlučne ispitanike, iako je u stvari vrlo visok te okuplja oko petine ispitanika koji ne znaju kojim bi se djelatnostima bavili u okviru socijalnog poduzetništva.

Grafikon 34: Procjena poželjnosti socijalnog poduzetništva kao načina funkcioniranja udruge (%)



U grafikonu 34 donosimo rezultate o percepciji poželjnosti socijalnog poduzetništva kao načina funkcioniranja udruge – polovina ispitanika ovakav način funkcioniranja smatra ili vrlo ili uglavnom poželjnim, dok 40% nije sigurno što može proizlaziti iz njihova neiskustva u ovome području. Na kraju s manje od desetine ispitanika dolazi stav da je socijalno poduzetništvo uglavnom ili potpuno nepoželjno kao način funkcioniranja udruge.

Kao što smo već naveli u dijelu o metodologiji, predstavnici udruuga mladih samo se po dvije varijable razlikuju u svom stavu o poželjnosti socijalnog poduzetništva kao načina funkcioniranja udruge. U tablici 9 prikazujemo njihovo razlikovanje obzirom na iznos proračuna udruuga.

Tablica 9: Stavovi o poželjnosti socijalnog poduzetništva kao načina funkcioniranja udruge u odnosu na proračun udruge (%)¹

Proračun udruge $\chi^2=75,40$; $df=32$; $p=.000$	Potpuno nepoželjno	Nepoželjno	Poželjno	Vrlo poželjno	Neznam
do 15.000,00 kn	11,5	53,8	7,7	-	26,9
15.000,00 - 25.000,00 kn	8,0	76,0	12,0	-	4,0
25.000,00 - 50.000,00 kn	16,1	51,6	12,9	3,2	16,1
50.000,00 - 75.000,00 kn	-	14,3	35,7	10,7	35,7
75.000,00 - 125.000,00 kn	14,3	76,2	-	-	9,5
125.000,00 - 250.000,00 kn	-	33,3	66,7	-	-
250.000,00 - 500.000,00 kn	6,8	29,7	24,3	13,5	25,7
500.000,00 - 1.000.000 kn	-	48,0	28,0	12,0	12,0
više od milijun kuna	11,8	43,1	21,6	7,8	15,7
UKUPNO	8,6	44,1	21,0	7,2	19,0

Kao potpuno nepoželjan ili nepoželjan način funkcioniranja udruge socijalnog poduzetništvo u najvećem broju ocjenjuju članovi udruge s proračunom do 50.000 kn, između 75.000 i 125.000 kn te iznad milijun kn. Kao poželjan ili vrlo poželjan način funkcioniranja udruge socijalno je poduzetništvo u najvećoj mjeri ocjenjeno od strane predstavnika udruge koje imaju godišnji proračun između 125.000 i 250.000 kn te onih između 50.000 i 75.000 kn. Na kraju dolaze oni koji su nesigurni glede

¹U tablici su u skladu s preferencijom socijalnog poduzetništva udruge po proračunima označene crvenim za one koje u najvećoj mjeri smatraju socijalno poduzetništvo nepoželjnim, žuto su označene neodlučne, dok zelene označavaju one koje su spremne prihvatiti takav oblik djelovanja svojih organizacija.

svog stava, koji su gotovo ravnomjerno raspoređeni po cijelom spektru iznosa proračuna. Vezano uz utjecaj iznosa proračuna udruge na viđenje poželjnosti socijalnog poduzetništva kao načina funkcioniranja udruge ne možemo donijeti jednoznačan zaključak, no možemo reći da su udruge s više od milijun kn najmanje jasna kategorija budući da su im odgovori kada ih se usporedi s drugim skupinama među višima na svim pozicijama. Što se poželjnosti tiče najizraženije su one s proračunom između 125.000 i 250.000 kn i bilo bi zanimljivo ispitati je li razlog tomu što su bolje kapacitirane u smislu ljudskih potencijala i dosadašnjih iskustava ili su prije drugih shvatile da se treba okrenuti i drugim izvorima samofinanciranja u cilju uspješnog održanja.

Tablica 10: Stavovi o poželjnosti socijalnog poduzetništva kao načina funkcioniranja udruge u odnosu na sjedište udruge (%)²

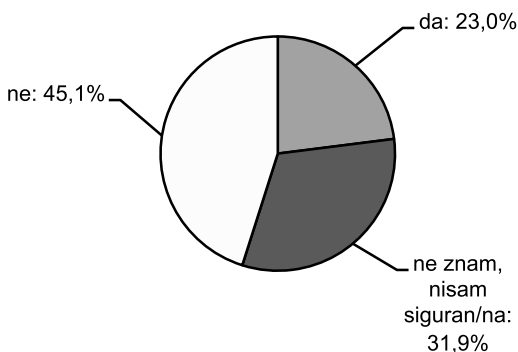
Sjedište udruge $\chi^2=58.19$; $df=20$; $p=.000$	Pot- puno ne- po- želj- no	Ne- po- želj- no	Po- želj- no	Vrlo po- želj- no	Ne znam
Sjeverna Hrvatska	14,8	12,7	16,4	12,5	12,5
Srednja Hrvatska	8,2	6,0	5,5	6,3	-
Grad Zagreb	23,0	42,5	18,2	12,5	18,8
Dalmacija	31,1	21,6	27,3	15,6	-
Istra i Primorje	13,1	4,5	21,8	25,0	50,0
Istočna Hrvatska	9,8	12,7	10,9	28,1	18,8
UKUPNO	20,5	45,0	18,5	10,7	5,4

²U tablici su u skladu s preferencijom socijalnog poduzetništva udruge po sjedištu udruge označene crvenim za one koje u najvećoj mjeri smatraju socijalno poduzetništvo nepoželjnim, žuto su označene neodlučne, dok zelene označavaju one koje su takav oblik djelovanja svojih organizacija smatraju poželjnim.

Sljedeće obilježje udruga koje je izvršilo statistički značajno razlikovanje predstavnika udruga u stavu o poželjnosti socijalnog poduzetništva kao načina funkcioniranja udruga – sjedište udruge – prikazano je u tablici 10. U najvećem broju socijalno poduzetništvo potpuno nepoželjnim ocjenjuju članovi udruga sa sjedištem u Zagrebu i Dalmaciji, a jednako je i kod onih koji su izrazili stav o nepoželjnosti. S druge strane, kao poželjan način rada socijalno je poduzetništvo percipirano od onih koji pripadaju udrugama sa sjedištem u Dalmaciji te Istri i Primorju, dok je kao vrlo poželjno percipirano od predstavnika udruga iz Istočne Hrvatske te Istre i Primorja. No, iznenađujuće je da je istovremeno najviše predstavnika udruga iz Istre i Primorja nesigurno u korisnost socijalnog poduzetništva – čak 50%, ali s druge strane, nitko iz Istre i Primorja ne smatra socijalno poduzetništvo nepoželjnim što je ohrabrujući nalaz.

Stavovi o socijalnom poduzetništvu uvelike ovise i o tome je li o ovoj temi već bilo razgovora unutar udruge. U našem slučaju (grafikon 35) vidimo da je nešto više od petine ispitanika izjavilo da se u njihovim udrugama već razgovaralo o socijalnom poduzetništvu, skoro polovica ih još nije o tome razgovarala dok trećina ispitanika nije sigurna je li o toj temi već bilo riječi unutar njihove udruge.

Grafikon 35: Je li se u udruzi već razgovaralo o socijalnom poduzetništvu kao načinu funkcioniranja udruge (%)



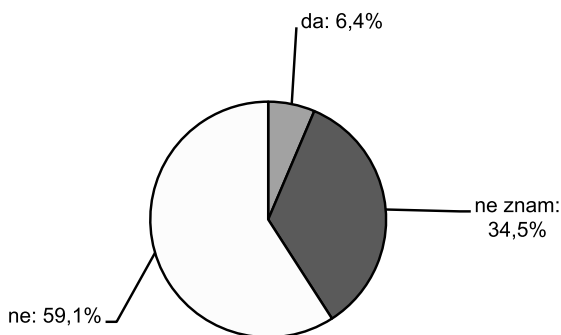
U tablici 11 prikazano je rangiranje najizglednijih poduzetničkih aktivnosti, a u oči odmah upada da su prvo mjesto osvojile nespecificirane djelatnosti s preko dvije trećine, a slijede kamate od ulaganja (kao aktivnost koja ovdje zahtijeva najmanje vremena i ljudskih resursa, osim, naravno – znanje kako uložiti), prodaja proizvoda, honorari od usluga prihodi od nematerijalne imovine. Na kraju slijede prihodi od članarina te prihodi od materijalne imovine. Bilo bi zanimljivo vidjeti koje su to nespecificirane aktivnosti, a vezano uz ovdje navedene opcije moramo reći da je zamjetna želja za stjecanjem sredstava iz područja koje ne zahtijeva mnogo truda, tj. od kamata od ulaganja. Nastavno na ovo bilo bi dobro ispitati one koji su odabrali takav oblik stjecanja financijskih sredstava i utvrditi vide li oni takav način stjecanja izvorom sredstava za socijalno poduzetništvo ili im se samo dopada ideja stjecanja sredstava bez velikog truda.

Tablica 11: Rangiranje najizglednijih poduzetničkih aktivnosti udruge (%)

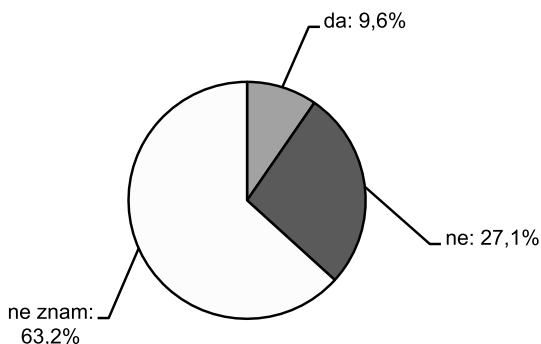
PODUZET- NIČKA AKTIV- NOST	RANGOWI (%)						
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
1. Honorari za usluge: Usluge koje neprofitna organizacija naplaćuje, često na temelju neke postojeće vještine i stručnosti osoblja	17,3	6,4	10,5	11,4	24,1	24,5	5,9
2. Prodaja proizvoda: Prodaja proizvoda koje su proizveli korisnici udruge, prodaja proizvoda korisnicima udruge, prodaja doniranih proizvoda ili pak proizvodnja i prodaja novih proizvoda	13,4	19,1	18,2	13,9	20,6	11,0	3,8
3. Korištenje nematerijalne imovine: Ostvarivanje prihoda od патената, licenci, naknada za intelektualno vlasništvo ili prijenosa prava iz vrijednosnih papira	11,5	22,1	25,0	20,2	11,1	9,1	1,0
4. Korištenje materijalne imovine: Iznajmljivanje nekretnina, prostora, opreme itd. kada se ne koriste za aktivnosti povezane s misijom	6,9	15,3	21,8	23,3	16,8	14,4	1,5
5. Kamate od ulaganja: Kamate od aktivnih ili pasivnih ulaganja financijskih sredstava (npr. uštede, rezervna sredstva i dr.)	31,5	20,5	12,0	13,0	11,0	12,0	-
6. Članarine: članovi ili korisnici usluga neprofitne organizacije plaćaju članarinu u zamjenu za proizvode, usluge ili druge pogodnosti	13,0	15,9	13,5	14,9	13,0	27,9	1,9
7. Ostalo	69,2	-	-	-	-	7,7	23,1

Grafikoni 36 i 37 odnose se na financijske preduvjete pokretanja socijalnog poduzetništva. Tako vidimo da je samo šest posto predstavnika udruga izjavilo da posjeduju financijska sredstva za pokretanje poslovanja, skoro dvije trećine ne posjeduju takva sredstva dok trećina nije upoznata s financijskim stanjem svoje udruge. Odgovori na pitanje postoje li planovi za prikupljanje financijskih sredstava za socijalno poduzetništvo vrlo su slični prethodno navedenima – devet posto izjavljuje da takvi planovi ne postoje, nešto preko četvrtine da ne postoje, a preko trećine ispitanika nije upoznata postoje li takvi planovi.

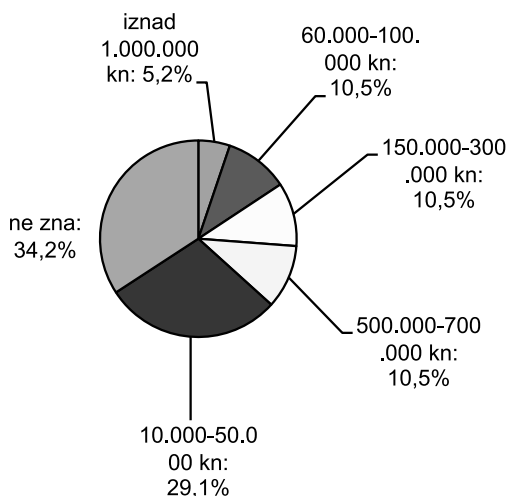
Grafikon 36: Postojanje financijskih sredstava za pokretanje socijalnog poduzetništva (%)



Grafikon 37: Postoje li planovi za osiguranje sredstava u slučaju nepostojanja financijskih sredstava za pokretanje socijalnog poduzetništva (%)



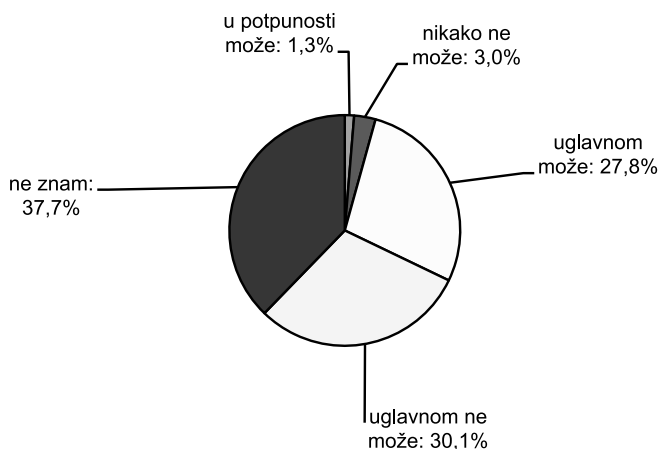
Grafikon 38: Procjena visine financijskih sredstava potrebnih za pokretanje socijalnog poduzetništva (%)



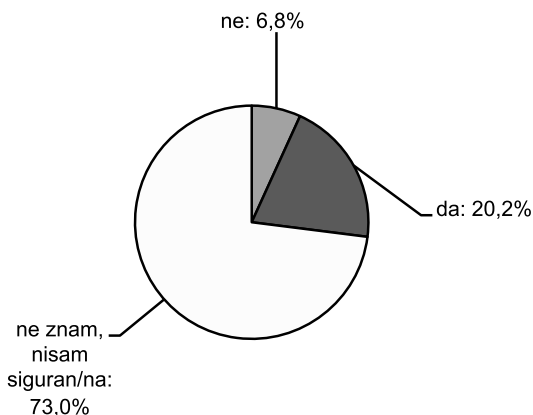
Iako smo vidjeli da čak trećina ispitanika nije upoznata sa financijskom situacijom u svojoj udruzi, ilustrativno je pogledati na koju visinu članovi udruga procjenjuju iznose potrebne za pokretanje socijalnog poduzetništva (grafikon 38). U skladu s prethodnim odgovorima trećina ih ne može procijeniti potrebna sredstva, nešto manje od trećine smatra da je između 10.000 i 50.000 kn dovoljno, dok po desetina ispitanika smatra da je potrebno između 60.000 i 100.000 kn, između 150.000 i 300.000 kn ili između 500.000 i 700.000 kn, dok je pet posto ispitanika taj iznos procijenila na iznad milijun kuna.

Grafikon 39 prikazuje koliko ispitanika smatra da sredstva dobivena socijalnim poduzetništvom mogu zamijeniti dosadašnje izvore financiranja udruga. Prema rezultatima, stavovi ispitanika nisu optimistični jer ih neznatan broj smatra da je takav izvor financiranja u potpunosti dovoljan za financiranje udruge, nešto više od četvrtine smatra da uglavnom može, trećina smatra da uglavnom ili nikako ne može, dok je trećina neodlučna.

Grafikon 39: U kojoj mjeri socijalno poduzetništvo može zameniti dosadašnje izvore financiranja udruge (%)



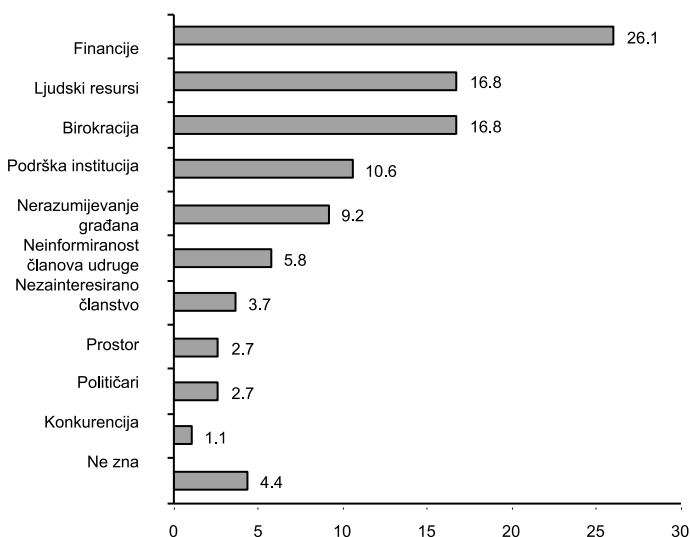
Grafikon 40: Procjena postojanja problema u slučaju eventualnog pokretanja socijalnog poduzetništva (%)



Pri kraju ovog dijela donosimo i podatke o percepciji postojanja problema u slučaju pokretanje socijalnog poduzetništva (grafikon 40). U skladu s prethodnim zaključkom da ispitanicima uglavnom nedostaje iskustvo u socijalnom poduzetništvu dobiven je i rezultat da čak trećina ne zna bi li imala problema pri pokretanju socijalnog poduzetništva, petina ih smatra da ne bi imala problema, dok ih petnaestina smatra da takovih problema ne bi bilo.

Zadnji se grafikon (41) nadovezuje na prethodni, a odnosi se na listu eventualnih problema pri pokretanju socijalnog poduzetništva. Ovdje su najviše – s četvrtinom ispitanika – iskočili financijski problemi, dok sa sedmi-nom odgovora slijede problemi s ljudskim resursima te problemi s birokracijom/administracijom. Oko desetine ispitanika smatra da bi izostanak institucionalne podrške te nerazumijevanje od strane građana predstavljao problem, dok su se na kraju liste smjestili problemi vezani uz neinformiranost članova udruge, nezainteresirano članstvo, prostor, političare, konkurenciju, te nespecificirani razlozi.

Grafikon 41: Lista eventualnih problema u slučaju pokretanja socijalnog poduzetništva (%)



Ovo poglavlje završavamo tablicom 12 kojom smo pokušali ispitati stupanj slaganja s određenim stavovima o socijalnom poduzetništvu, funkcioniranju udruga i civilnom društvu. Stavovi koje smo dobili vrlo su začuđujući i nimalo ohrabrujući. Naime, neupitno je da je u cilju uspješnijeg započinjanja socijalnog poduzetništva od strane udruga potrebno provesti promjene na lokalnom

i državnom nivou, no također, potrebno je promijeniti i način razmišljanja u udrugama. A on je pretežito u smjeru odbijanja angažiranja udruga ne samo za stjecanje vlastite dobiti već i odbijanja ulaganja te dobiti na korist zajednice, a što su dva najvažnija cilja socijalnog poduzetništva. Podlogu za ovakav zaključak nalazimo u tome da su najviše rangirani odgovori s preko 80% ispitanika koji ih u potpunosti ili uglavnom podržavaju vezani uz to da dosadašnji način funkcioniranja udruge ne bi trebalo mijenjati te da je ideja poduzetništva nespojiva s misijom udruge i idejom civilnog društva. U korijenu ovakvog stava leži duboko nerazumijevanje fenomena socijalnog poduzetništva te nepostojanje želje za promjenom, što u situaciji kada bi se udruge trebale okrenuti novim načinima stjecanja sredstava budući da i inozemne i domaće donacije sve više slabe, može biti pogubno po njihov opstanak. No, istovremeno ovakav način (oko polovine odgovora ispitanika koji se uglavnom ili u potpunosti slažu) razmišljanja u udrugama suprotan je stavovima koji slijede u broju prikupljenih odgovora, a to su da se udruge trebaju okrenuti tržišnom poslovanju te da opstanak udruge ovisi isključivo o njoj samoj. Mogli bismo reći da je prisutan sraz rezultata nerazumijevanja socijalnog poduzetništva te lošeg informiranja i neiskustva, a što se može promijeniti edukacijom. Na kraju ove skale slijede odgovori koji su prikupili oko trećinu ispitanika koji se donekle slažu da je socijalno poduzetništvo vrijedna ideja koja može pomoći udrugama i civilnom društvu u boljem funkcioniranju. Kao zaključak možemo reći da bi trebalo detektirati udruge (članove) s pozitivnim odgovorima na ovo pitanje i njih uzeti kao polazište za edukaciju i širenje kruga primjera dobre prakse s područja poduzetništva.

Tablica 12: Stupanj slaganja sa stavovima o socijalnom poduzetništvu, funkcioniranju udruga i civilnom društvu (%)

Tvrdnja	%			
	Potpuno se slažem	Uglavnom se slažem	Uglavnom se ne slažem	Uopće se ne slažem
1. Kroz primjenu socijalnog poduzetništva, udruge bi postale potpuno neovisne o donatorima	8,8	42,2	41,8	7,2
2. Opstanak udruge bi trebao ovisiti isključivo o njoj samoj	18,8	44,2	28,5	8,5
3. Financijsko samoodržanje udruga trebala bi biti budućnost NVO-a	8,2	26,2	50,0	15,6
4. Održivost udruga se može postići jedino primjenom soc. poduzetništva	13,8	54,3	28,7	3,2
5. Civilno društvo bi se trebalo znati financijski samoodržati.	4,3	18,4	60,4	16,9
6. Udruge bi trebale biti okrenute pokretanju profitnih aktivnosti.	15,6	42,2	34,4	7,8
7. Soc. poduzetništvom bi se povećala kvaliteta upravljanja org.	5,3	32,5	51,2	11,0
8. Civilno društvo bi trebalo primijeniti neke kapitalističke principe kako bi se održalo	20,1	45,7	30,7	3,5
9. Udruge ne bi smjele funkcionirati kao poduzeća	8,6	27,2	36,2	28,0
10. Uvođenje socijalnog poduzetništva prijeti pretvaranjem civilnog društva u tržišno natjecanje.	8,8	36,4	41,6	13,2
11. Povezanost poduzetničkog pothvata s neprofitnom misijom je neprihvatljiva	28,3	48,6	18,3	4,8
12. Socijalno poduzetništvo može pozitivno pridonijeti našoj misiji i osnovnim vrijednostima	4,5	21,1	52,6	21,9
13. Ideja stvaranja profita u NVO-ima je neprihvatljiva	33,1	45,9	15,6	5,4
14. Dosadašnji način financiranja udruga se ne bi trebao mijenjati	25,5	52,9	18,1	3,5
15. Civilnom društvu je potrebna izdašna financijska potpora od strane države	4,6	12,0	46,3	37,1
16. Udruge bi trebale imati osigurana financijska sredstva od strane donatora	2,3	15,9	53,1	28,7

7/ iskustva u socijalnom poduzetništvu

Istraživanje «Sam svoj majstor» po zamisli je obuhvaćalo dva dijela upitnika: prvi koji se bavi stavovima o pojavama koje bi mogle utjecati na informiranosti i zainteresiranost za socijalno poduzetništvo, te drugi koji se bavi ispitivanjem dosadašnjih projekata socijalnog poduzetništva. No, od prikupljena 304 upitnika svega je sedam primjera socijalnog poduzetništva u udrugama mladih. Navedena brojka nedovoljna je za klasične statističke postupke te smo ovih sedam projekata odlučili prikazati na dva načina: ili izlistavanjem njihovih odgovora u dijelu gdje se znatno razlikuju ili tekstualno sažimajući dijelove koji su im bili zajednički. Rezultate donosimo u ovom poglavlju, poredane po podcjelinama drugog dijela upitnika. Sažetak rezultata prezentiranih u ovoj cjelini ukratko donosimo u zaključku studije.

1) PODACI O PROJEKTU SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA

Svrha projekta socijalnog poduzetništva

Sve su udruge kao glavnu svrhu pokretanja projekta socijalnog poduzetništva navele financijsku samoodrživost udruge i razvoj lokalne zajednice. Specifične svrhe odnosile su se na:

- osnivanje društvenog centra (javnog neprofitnog nekomercijalnog kulturno informacijskog centra);
- istraživanje mogućnosti plasiranja potrepština za plažu s motivima jadranskih požarišta sa svrhom prikupljanja sredstava za pošumljavanje navedenih požarišta.

Datum početka provedbe

Zanimljivo je da je u naš uzorak ušao po jedan projekt za početak između 2002. i 2008. godine.

Planirano trajanje projekta u godinama

Jedan je projekt za planirano trajanje naveo dvije godine dok su ostali usmjereni na neograničen trajanje, odnosno, trajanje dok god postoji potreba.

Mjesto održavanja

Mjesta održavanja obuhvatila su Zagreb (jedino mjesto s više od jednog projekta), Osijek, Križevce, Čepinske Martince i Zadar.

Djelatnost u okviru socijalnog poduzetništva

Naši su primjeri socijalnog poduzetništva naveli sljedeće djelatnosti:

- Otvoren pristup informacijsko komunikacijskoj tehnologiji;
- Tisak, grafički dizajn, web dizajn i programiranje, knjigovodstvo;
- Izložbe fotografija i japanki, 3 modne revije i 2 tribine koje su otvorile razgovor o potencijalu ovog projekta;
- Izrada i prodaja edukativnih igara za djecu i roditelje;
- Briga i skrb o djeci i mladima koji ne mogu živjeti u vlastitoj obitelji;
- Besplatno stjecanje novih kreativnih vještina, upoznavanje i suradnja s umjetnicima iz cijelog svijeta za djecu i mlade;
- Servisiranje prostora kluba i udruge uslužnim djelatnostima.

Ciljevi projekta

Među ciljevima projekata navedeni su:

- Jačanje kapaciteta zajednice i civilnog društva (osnaživanje ljudskog potencijala), informatizacija, razvoj komunikacijsko-informacijskih vještina, informiranje i savjetovanje;
- Samofinanciranje;
- Raspisivanje natječaja za male grantove za udruge s područja Međimurske županije;
- Pošumljavanje jadranskih požarišta;
- Unapređenje kvalitete obiteljskog života;
- Prevencija asocijalnog ponašanja i kvalitetno korištenje slobodnog vremena djece i mladih.

Motivacija za pokretanje projekta socijalnog poduzetništva

Motivacije za pokretanje projekata bile su vrlo jednoznačne: poboljšanje vlastitih uvjeta rada te pomoć lokalnoj zajednici – naročito djeci i mladima.

Obavlja li se projekt samostalno ili u suradnji s drugim organizacijama

Na ovo pitanje jedna udruga nije dala odgovor dok je jednak broj udruga (po tri) odabrao odgovor da projekta provodi samostalno/u suradnji s drugim organizacijama.

Ukoliko udruga ne vodi projekt samostalno, iz koje grane djelatnosti dolaze suradnici

Suradnici na projektu obuhvatili su:

- Tiskare;
- Okolišnu udrugu i poduzeće za konzultantske usluge;
- Supervizore iz inozemstva;
- Vladin i nevladin sektor.

II) CILJANA SKUPINA/KORISNICI PROJEKTA

Planirana ciljanu skupinu/e projekta socijalnog poduzetništva

Planirane ciljane skupine iz našeg uzorka možemo razvrstati u nekoliko kategorija:

- Svi građani;
- Marginalizirane skupine;
- Mladi;
- Nezaposleni;
- Građani treće životne dobi;
- Samohrani i roditelji s više djece;
- Osobe na programu resocijalizacije od ovisnosti;
- Neprofitne organizacije;
- Djeca roditelji nastavnici stručni suradnici u školama odgajatelji u domovima.

Način dolaska do ciljane skupine/korisnika

Provoditelji projekta do svojih su korisnika došli na sljedeće načine:

- Analizom potreba zajednice;
- Promidžbenom kampanjom;
- Suradnjom s odgojno obrazovnim ustanovama;
- Privatnim kontaktima;
- Produkcijom programa u klubu kulture.

Eventualne poteškoće u pronalaženju korisnika svog projekta

Pronalaženje korisnika projekata pokazalo se obilježeno teškoćama jer su samo dva projekata ostvarila kontakte s korisnicima bez poteškoća.

Jesu li korisnici zadovoljni projektom

Iako su provoditelji pet projekata iskazali poteškoće u pronalaženju korisnika, samo su dvije udruge izrazile nezadovoljstvo provedenim projektom, dok ih je pet bilo zadovoljno.

Je li ostvarena aktivna komunikacija s korisnicima, jesu li dobiveni prijedlozi za poboljšanje projekta od strane korisnika
Svi su provoditelji projekata iskazali zadovoljstvo komunikacijom s korisnicima te dobivenim povratnim informacijama.

Na koji je način provođenje projekta poboljšalo kvalitetu rada udruge

Iskazane koristi projekata po kvalitetu rada udruge mnogobrojne su, a ovdje donosimo sljedeće:

- Udruga je realizacijom projekta bolje pozicionirana, rad je javan i transparentan, ojačan je kredibilitet;
- Zadovoljeni su primarni ciljevi projekta usmjereni na razvoj zajednice;
- Osigurani su uvjeti za održavanje edukacijskih programa;
- Ostvareno je djelomično samofinanciranje putem projekta;
- Ostvarena je međusektorska suradnja.

III) FINANCIRANJE PROJEKTA

Postoji li sufinancijer na projektu

Na ovo pitanje jedna udruga nije odgovorila dok su tri izjavile da rade bez sufinancijera te tri da imaju sufinancijera.

Zadovoljstvo razinom samofinanciranja postignutom putem projekta socijalnog poduzetništva

Samo je jedna udruga iskazala potpuno zadovoljstvo, dvije su bile djelomično zadovoljne dok su četiri izjavile da su nezadovoljne ili da još ne mogu procijeniti financijske rezultate.

Opis načina suradnje i ocjena kvalitete suradnje sa sadašnjim sufinancijerom projekta

Provoditelji projekata su složni da nisu u potpunosti zadovoljni načinom i kvalitetom suradnje sa sufinancijerima.

IV) NAČIN PROVEDBE PROJEKTA

Uključuje li Vaš projekt volonterski rad?

Odgovor na ovo pitanje pokazao se «standardnim» za udruge – šest provodi projekt uz pomoć volonterskog rada, dok jedna u svoj projekt nije uključila volontere.

Ukoliko projekt uključuje volonterski rad, jesu li broj volontera i njihova uključenost u projekt ostvarili početna očekivanja

Udruge koje u provođenje svog projekta socijalnog poduzetništva uključuju volontere zadovoljne su rezultatima njihove uključenosti.

Suradnja s tijelima državne uprave na projektu

Tri udruge surađuju s tijelima državne uprave dok četiri ne upražnjavaju takav oblik suradnje.

Opis i ocjena kvalitete suradnje s tijelima državne uprave

Udruge su većinom izrazile zadovoljstvo kvalitetom suradnje s tijelima državne uprave.

Jesu li od početka projekta nastupile promjene u planiranom načinu provođenja projekta socijalnog poduzetništva
Samo u slučaju jednog projekta nisu nastupile promjene u njegovom provođenju, dok je šest udruga dokumentiralo/iskazalo promjene.

Eventualne promjene u vođenju projekta nastupile od početka projekta

Ovaj dio smatramo vrlo važnim po planiranje projekata socijalnog poduzetništva drugih udruga te odgovore navodimo u cijelosti:

- Smanjenje broja zaposlenih;
- Dodavanje novih usluga;
- Produžio se zbog nemogućnosti nalaženja financijera i partnera;

- Dugo čekanje silnih dozvola, ugovora, komisija, nismo planirali tako dugo – 2 godine;
- Način i organizacija rada;
- Radno vrijeme, broj zaposlenih, obim usluga.

Koji su razlozi promjena ukoliko su od početka projekta nastupile promjene u planiranom načinu provođenja projekta socijalnog poduzetništva

- Kao i u prethodnom pitanju, i ovdje navodimo integralne odgovore:
- Nemogućnost pokrivanja troškova plaća;
- Širenje kruga klijenata;
- Prilagodba očekivanja i okretanje od suradnje s lokalnom/državnom upravom suradnji s inozemstvom;
- Kvaliteta, veliki broj radionica i polaznika;
- Prilagođavanje potrebama, prevelika očekivanja.

Prepreke u ostvarenju projekta

Prepreke navedene u ovom dijelu odgovaraju potencijalnim preprekama navedenim u prvom dijelu upitnika (pitanje 57.), što znači da u velikom dijelu očekivane prepreke odgovaraju stvarima te da su članovi udruga svjesni ograničenja sustava:

- Nedovoljna potpora institucija;
- Nedostatak financijskih sredstava;
- Nedostatak ljudskih resursa;
- Neinformiranost;
- Birokracija.

V) EVALUACIJA PROJEKTA

Konkretni rezultati projekta

Kao konkretne rezultate projekta sve su udruge navele samoodrživost i bolje funkcioniranje udruge dok je jedna navela i održanih 6 izložbi, 3 modne revije i 2 javne tribine.

Je li i u kojoj mjeri projekt utjecao na sljedeće:

Ovaj se dio odnosi na četiri potencijalna područja utjecaja projekta socijalnog poduzetništva:

1. Samofinanciranje – predstavnici udruga su samo u jednom slučaju izjavili da je projekt dosta pomogao samofinanciranju dok svi ostali drže da je ili malo ili uopće nije poboljšao financijsku održivost udruge;
2. Samoodrživost – u slučaju dvije udruge samoodrživost je dosta povećana dok druge smatraju da ili nije došlo do promjena ili da su one neznatne;
3. Zaposlenost mladih u udruzi – kod većine udruga nije došlo do promjena u zaposlenosti mladih no u slučaju dvije navedene su znatne promjene na bolje;
4. Korist za lokalnu zajednicu – u slučaju koristi za lokalnu zajednicu samo dvije udruge smatraju da lokalna zajednica nije imala koristi te se ovaj aspekt utjecaja projekta socijalnog poduzetništva pokazao kao područje u kojem su promjene na bolje najzamjetnije ili do njih najlakše dolazi.

Stupanj vlastitog (ne)zadovoljstvo provedbom projekta

Odgovori na ovo pitanje pokazali su da je ukupno zadovoljstvo prisutno u slučaju pet udruga dok je jedna udruga djelomično zadovoljna a jedna u potpunosti nezadovoljna.

Je li provedena samoevaluacija projekta

O samoevaluaciji se nije izjasnila jedna udruga, dvije ju nisu provele a četiri jesu.

Način na koji je provedena samoevaluacija projekta

Samoevaluacija projekta u slučaju četiri udruge provedena je na sljedeći način:

Analizom planiranog – učinjenog prema programskim i financijskim pokazateljima; Razgovorom; Od strane korisnika koji su završili program te praćenjem interne analize.

Je li provedena evaluacija projekta od strane partnerske institucije

Jedna udruga opet nije odgovorila na postavljeno pitanje, dvije nisu imale partnerske institucije, dok kod dvije ova vrsta evaluacije nije provedena a kod dvije jest.

Je li provedena vanjska evaluacija projekta

Samo u slučaju dva projekta provedena je vanjska evaluacija, dok jedna udruga nije dala odgovor.

Primjeri dobre prakse izvedeni iz projekta

- Zatvoreni gradski prostor postao je društvenim centrom, na svakodnevnoj usluzi građanima, primjenjiv je i na ostale gradske mjesne odbore, o čemu je već iskazan i interes Grada i drugih mjesnih odbora;
- Naš primjer pokazuje da se i s malo može postići nešto, odnosno da za rezultate od interesa i značaja za zajednicu nisu nužno potrebni megalomanski zahvati već se i postojeći resursi, kako ljudski tako i oni infrastrukturne naravi mogu kvalitetno iskoristiti.
- Međunarodna suradnja;
- Samozapošljavanje, ulazak mladih u poduzetničke vode.

VI) PROMOCIJA I NASTAVAK PROJEKTA

Planiran nastavak sadašnjeg projekta socijalnog poduzetništva?

Šest udruga planira nastavak projekta, dok se jedna udruga nije izjasnila o njegovom eventualnom nastavku.

Ukoliko je nastavak sadašnjeg projekta planiran, na koji se način namjerava ostvariti

Sve odgovore na ovo pitanje možemo svrstati u dva:

- Nastavak dosadašnjih aktivnosti;
- Pronalazak partnera i promjena poslovanja.

Na koji način promovirate rad na projektu i rezultate rada

Promoviranje postojećih projekata socijalnog poduzetništva u udrugama mladih planira se na sljedeće načine:

- Izvještavanjem uključenih strana;
- Prisutnošću u medijima sukladno potrebama programa;
- Otvorenim pristupom svim građanima;
- Različitim promotivnim materijalima: filmovima, brošurama, spotovima;
- Javnim tribinama i stručnim člancima.

Planira li se izdavanje publikacije u sklopu projekta

Samo jedna udruga planira izdavanje publikacija u okviru svog projekta socijalnog poduzetništva, dvije ih ne planiraju, dok predstavnici četiri udruge nisu sigurne postoje li takvi planovi.

8/ preporuke

1. Informirati i educirati članove organizacija civilnog društva, poglavito voditelje projekata o ideji i primjerima dobre prakse u socijalnom poduzetništvu s obzirom da su ispitanici naveli da bi najradije imali prilike čuti savjete i iskustva u socijalnom poduzetništvu od kolega iz udruga koje su takav projekt imali, u edukaciju bi bilo poželjno uključiti takve pojedince.
2. Provesti edukacije koje bi obuhvaćale praktična znanja i vještine potrebne za ostvarenje ciljeva projekta.
3. Upoznati lokalnu i regionalnu samoupravu s prednostima socijalnog poduzetništva te znanjima potrebnim za pokretanje i održanje takvih projekata.
4. Uspostaviti blisku suradnju lokalne samouprave i udruga koje na tom lokalnom ili regionalnom području već provode projekte socijalnog poduzetništva u cilju donošenja okvira i odluka temeljenih na svjedočenoj praksi.
5. Upoznati relevantna tijela državne uprave s prednostima socijalnog poduzetništva te znanjima potrebnim za pokretanje i održanje takvih projekata.
6. Izmijeniti i prilagoditi zakone na državnoj razini vezane za oporezivanje udruga kako bi se potaknulo ulaganje u socijalno poduzetništvo.

7. Uvesti stroži nadzor nad onima kojima se daju mogući poticaji za bavljenje socijalnim poduzetništvom kako bi njegova zloupotreba u isključivu svrhu stvaranja profita bila što manja.
8. Uspostaviti suradnju između akademske zajednice studenata i udruga mladih u cilju razmjene znanja i iskustva: zasad se jedino na Ekonomskom fakultetu Sveučilišta u Zagrebu studira socijalno poduzetništvo u sklopu predmeta Poduzetništvo (Škrtić, Mikić, 2007.).
9. Prvi ciklus razvoja ideje socijalnog poduzetništva u smislu informiranja i pružanja organizacijske pomoći trebao bi biti fokusiran na regije koje su se u ovom istraživanju istaknule s pozitivnim pristupom socijalnom poduzetništvu – na Istru i Primorje i Dalmaciju. Cilj ovakvog planiranja ne bi bio diskriminirati one koji prvotno nisu bili prijemčivi za ovu ideju već od onih regija koje to jesu bile stvoriti centre iz kojih bi se mogli širiti primjeri dobre prakse. Nakon ovog inicijalnog ciklusa sve bi regije trebale biti uključene u informiranje i pružanje pomoći u pokretanju projekata socijalnog poduzetništva.

9/ zaključak

Udruge iz našeg uzorka su većinom bile iz Zagreba, osnovane u zadnjih desetak godina s djelovanjem u svrhu poboljšanja kvalitete života mladih, s većinom do pet zaposlenika koji su uglavnom fakultetski obrazovani te s do 20 volontera sa završenom četverogodišnjom srednjom školom. Godišnji proračun većine udruga iz uzorka je u rasponu do pola milijuna kuna, a najvažnijim izvorima financiranja procijenjene su donacije od građana i prihodi od članarine. Udruge većinom samostalno djeluju i članice su nacionalnih saveza te pripadaju u nadležnost MOBMS-a. Glavno područje djelovanja je informiranje, a savjetovanje i organizacija konferencija i seminara su njihove glavne aktivnosti. Ispitanici većinom smatraju mjesto u kojem žive neprivlačnim za život mladih, a najvažniji problem mladih u društvu vide nedostatak životne perspektive. Odgovorno provođenje svih strategija državnih institucija namijenjenih dobrobiti mladih je način kako riješiti goruće probleme mladih, a najvažniju ulogu za poticanje njihovog aktivnog sudjelovanja u društvu namjenjuju obrazovnom sustavu u cjelini. Ispitanici smatraju da su prilike za zapošljavanje bolje u njihovoj regiji nego li u drugim hrvatskim regijama, pa stoga ni ne čudi nedostatak interesa za otvaranjem vlastitog poduzeća, a uostalom ispitanici su većinom zadovoljni radnim mjestom kojega trenutno imaju. Općenito ne poznaju određena znanja i vještine vezana za ekonomske metode i strategije te nalaze potrebnim da upravo ta znanja i usvoje na dodatnim edukacijama. Visoka zarada, ali i sigurnost radnog mjesta, fleksibilno radno vrijeme, društveni ugled, kreativnost posla i brzo napredovanje su preferirana obilježja radnog mjesta većine ispitanika.

S pojmom socijalnog poduzetništva su se susreli i uglavnom znaju što on znači, no istodobno procjenjuju svoju informiranost o njemu vrlo slabom. Naša analiza opi-

snih odgovora ispitanika pokazala je da većina zapravo nije sigurna u značenje pojma socijalnog poduzetništva. Naime, polovica ima neku ideju o tome što bi socijalno poduzetništvo predstavljalo no u suštini ne zna o čemu se zapravo radi. Doduše, ocjenjuju samu ideju dobrom te smatraju da bi lokalna zajednica profitirala od razvoja socijalnog poduzetništva.

Na pitanje zašto dosad nisu imali projekt socijalnog poduzetništva većinom je odgovoreno kako to nije u skladu s misijom i vrijednostima udruge što je još jedan znak da ispitanici zapravo nisu imali jasnu sliku o socijalnom poduzetništvu i signal za potencijalne probleme ukoliko se takve ispitanike i njihove udruge ne uspije djelotvorno informirati o socijalnom poduzetništvu. S druge strane, misle da je potreba zaposlenika njihovih udruga za dodatnim seminarima i edukacijama na ovu temu velika i da bi ih trebale provoditi organizacije s uspješnim iskustvom u provođenju socijalnog poduzetništva. Iako interes za pokretanjem vlastitih projekata socijalnog poduzetništva nije izražen, preferirana djelatnost u slučaju zainteresiranosti je pomoć marginaliziranim skupinama. Većina ih također ne zna ili nije sigurna u tvrdnju da je funkcioniranje udruge kroz socijalno poduzetništvo poželjno, što je jasno s obzirom da se o tome u udrugama uglavnom o tome nije razgovaralo.

Predstavnici udruga razlikuju se u svojim stavovima glede socijalnog poduzetništva samo u pogledu njegove poželjnosti kao načina funkcioniranja udruge i to samo u pogledu iznosa proračuna te sjedišta udruge. Vezano uz proračun udruge ne možemo donijeti jednoznačan zaključak ali možemo reći da su udruge s višim proračunom manje sklone ovakvom poslovanju, no sjedište udruge je jasnije utjecalo na stav o poželjnosti – najviše članova udruge iz Istre i Primorja te Istočne Hrvatske smatra da je socijalno poduzetništvo poželjno dok predstavnici iz Dalmacije i Zagreba u najvećoj mjeri smatraju da je to nepoželjan način rada udruge. Smatramo da bi se stoga u prvom kru-

gu informiranja o socijalnom poduzetništvu trebalo okrenuti upravo ovim regijama, s namjerom da one postanu centri širenja za socijalnim poduzetništvom.

Ovo istraživanje ukazuje na odsutnost ideja, informacija i znanja o socijalnom poduzetništvu kao ideji i praksi u većini hrvatskih udruga. Ipak, postoje iskustva nekih udruga koje je vrijedno izdvojiti. Njihova glavna svrha bavljenja socijalnim poduzetništvom bila je financijska samoodrživost, a djelatnosti su raznolike: od informacijske tehnologije, grafičkog i web dizajna, umjetničkih priredbi, edukativnih materijala, edukacija, do usluga skrbi za mlade. Motivacija za pokretanje ovakvih projekata bilo je poboljšanje uvjeta rada i pomoć lokalnoj zajednici. Korisnici projekata obuhvaćaju građane kao i različite marginalizirane skupine, no izražene su teškoće u pronalaženju ciljanih korisnika kojima su projekti namijenjeni. U ojačanom kredibilitetu, ostvarenim ciljevima projekta kao i postignutoj međusektorskoj suradnji ispitnici su prepoznali poboljšanje kvalitete rada udruge. S druge strane, ovakvi projekti nemaju potporu institucija koja su suviše birokratizirana, a primijećen je nedostatak financijskih sredstava za njihovu provedbu, ali i ljudskih resursa. Iako su provoditelji nailazili na mnoge i svakovrsne poteškoće u realizaciji projekta, ohrabruje što ne odustaju te planiraju nastavak projekta i dalje.

Socijalno poduzetništvo kao način rada nedovoljno je prisutno među udrugama mladih, a kao ideja koju treba promovirati i podupirati, većinom je zanemarena od strane državne i lokalne uprave. Upravo zato potrebno je stvoriti pretpostavke koje bi omogućile usvajanje potrebnih znanja i vještina za pokretanje socijalnog poduzetništva kao i informiranje nadležnih tijela o njegovim mogućnostima i prednostima. Također, kreatori politika kao i lokalna, regionalna i nacionalna uprava zadužena za mlade bi morala biti upućena u način funkcioniranja udruge koja provodi projekte socijalnog poduzetništva kako bi mogli suvereno donositi potrebne odluke putem

kojih se definiraju okviri djelovanja takvih udruga i projekata. Prema tome, nije dovoljna samo informiranost od strane državne i lokalne uprave već i njihova upućenost u sve ono što jedan socijalni poduzetnik treba u svom radu kako bi se stvorila efikasnija suradnja među udrugama i upravom. S druge strane, potrebno je informirati udruge mladih o mogućnostima i prednostima samofinanciranja i samoodrživosti udruge putem socijalnog poduzetništva, kao i opskrbiti potrebnim znanjima i vještinama one koji u tome vide potencijal za buduće djelovanje svoje udruge. Potrebno je, dakle, stvoriti temelje u vidu suradnje između dionika te usvajanja novih znanja i vještina na kojima će se socijalno poduzetništvo moći ostvariti.

10/ primjeri dobre prakse

AUTONOMNI CENTAR – ACT (Čakovec)

Autonomni centar – ACT je neprofitna nevladina organizacija osnovana u siječnju 2003. sa sjedištem u Čakovcu. ACT radi na razvoju civilnoga društva i zajednice kroz neformalnu edukaciju, informiranje i savjetovanje potičući društvenu promjenu na područjima otvorenih tehnologija, socijalnog poduzetništva, filantropije i medija. ACT teži društvu aktivnog građanstva s jednakim mogućnostima i slobodnim pristupom znanju i informacijama. ACT je u 2008. proveo 10 projekata u raznovrsnim područjima (neformalna edukacija, jačanje kapaciteta nevladinih organizacija, nezavisna kultura, razvoj socijalnog poduzetništva...). ACT vodi peteročlani upravni odbor na čelu s predsjednikom. Izvršni tim na čelu s izvršnim direktorom u 2008. brojao je 6 zaposlenika i preko 30 honorarnih stručnih suradnika. U 2008. ACT je imao gotovo 720.000,000 kn prihoda, od čega je 5% bilo od samofinancirajućih djelatnosti.

Aktivnosti samofinanciranja, odnosno poduzetničke aktivnosti, u ACT-u su počeli razvijati od samog početka djelovanja. Već 2005. organiziraju informatičke tečajeve kojima nadopunjuju organizacijski budžet. U 2007. razvijaju ideju grafičkog studija za neprofitne organizacije i te godine dobijaju potporu USAID-a (kroz AED-ov Program financijske održivosti). Potpora im je omogućila pokretanje socijalnog poduzeća za izdavačke, tiskarske i računalne djelatnosti. Tako je rođen ACT Printlab d.o.o. koji nudi usluge grafičkog oblikovanja proizvoda i pripreme za tisak, izrade web stranica i programiranja, digitalnog tiska, offset i roto tiska, izrade bedževa te ostalih promidžbenih materijala.

Poduzećem trenutno upravlja tim od 3 osobe uz 8 stalnih vanjskih suradnika. Ne postoji klasična upravljačka struktura već vlada duh kolektiva. Poduzeće zapravo djeluje po principu zadruge – svi koji rade imaju podjednako pravo odlučivanja. Inače, i samo zapošljavanje radnika/suradnika ima u sebi socijalnu komponentu – zapošljava ju se samohrani roditelji, dugotrajno nezaposlene osobe i slično.

Posao raste polako, ali sigurno. Daleko se doguralo od skromnih početaka. Danas ACT Printlab ima preko 100 klijenata, od čega je 30-ak stalnih. Od ukupnog broja klijenata 47% se odnosi na udruge, 39% na poslovni sektor, a preostali dio otpada na druge neprofitne organizacije i jedinice lokalne i regionalne samouprave.

Socijalna komponenta očrtava se u radu poduzeća u nekoliko segmenata. Primjerice, svojim klijentima udrugama ACT Printlab odobrava popust od 30% na sve usluge, a ostale neprofitne organizacije (poput obrazovnih ustanova, razvojnih agencija) imaju popust od 15%. U 2010. uvodi se novitet – sustav nagradnih bodova za sve klijente koji se ostvaruju prema vrijednosti obavljenog posla, a koje će klijenti moći zamijeniti za usluge ACT Printlaba. Nadalje, sav prihod u 2007. i 2008. raspodijeljen je programima i projektima ACT-a koji nisu našli dovoljnu potporu donatora. Tako je 2007. zahvaljujući tim sredstvima realiziran projekt edukacije za ravnopravnost u koji su bili uključeni osnovnoškolci iz romske zajednice, a dobit iz 2008. iskorištena je za edukacijski projekt udruga osoba s invaliditetom. Krajem 2009. ACT Printlab je raspisao natječaj za male potpore organizacijama civilnoga društva u Međimurskoj županiji za projekte koji se izravno tiču razvoja praksi samofinanciranja i socijalne ekonomije. U tu svrhu su osigurana sredstva u iznosu od 50.000,00 kn i bit će dodjeljeno 5 potpora u iznosu od 10.000,00 kn. Četvrta socijalna dimenzija ogleda se kroz još jedan novitet – poduzeće će u 2010. raspisati nagradni natječaj namijenjen organizacijama civilnoga društva iz cijele Hrvatske, a od-

nosit će se na izradu i tisak promotivnih materijala te sve grafičke usluge. Ideja vodilja iza ove inicijative opet je bila želja za vraćanjem zajednici, odnosno korisnicima koji su tijekom godina ulagali u ACT Printlab te tako doprinijeli njegovu razvoju.

Početkom 2009. osnovano je i drugo poduzeće – ACT Konto d.o.o. Osnovna djelatnost tog socijalnog poduzeća su računovodstveni, knjigovodstveni i revizijski poslovi te porezno savjetovanje za neprofitne organizacije (udruge, građanske inicijative, lokalne zaklade...). Kako većina neprofitnih organizacija, naročito u sektoru civilnog društva ne upravlja financijskim sredstvima niti vodi financijsko poslovanje sukladno zakonima, ACT je prepoznao potrebu pružanja podrške organizacijama civilnoga društva u financijskom poslovanju. Usluge koje ACT Konto za sada nudi uključuju potpuni računovodstveni i knjigovodstveni servis te mogućnost praćenja projektnih troškova i pomoć u izvještavanju donatorima. Uz to, organizacije civilnoga društva mogu angažirati i administratora koji bi dolazio jednom mjesečno u organizaciju i pružao in situ podršku u vođenju administracije. Novi ambiciozni projekt koji je u tijeku i u koji će se ulagati kroz sljedećih nekoliko godina je razvijanje programa za knjigovodstveno i administrativno praćenje poslovanja neprofitnih organizacija. Program će bit otvorenog koda što znači da će ga ubuduće moći razvijati svi zainteresirani programeri i bit će dostupan svima bez naknade. Planirano je da će se sva dobit ACT Konta do 2012. usmjeriti razvijanju ovog programa. Trenutno u poduzeću radi tim od dvije osobe, a u prethodnoj godini servis je imao 8 stalnih klijenata.

Autonomni centar – ACT ima za jedan od svojih strateških ciljeva razvijanje socijalnog poduzetništva. Uz konkretnu praksu socijalnog poduzetništva, ACT također želi raditi na edukaciji i prenošenju iskustava zainteresiranim organizacijama. Unatoč značajnom povećanju prihoda od početka djelovanja socijalnih poduzeća, ACT ipak ne uspijeva pokriti sve svoje troškove. ACT-ovci ističu i po-

teškoće u poslovanju unutar postojećih zakonskih i poreznih okvira. No, bez obzira na nepoticažno okruženje, ACT-ovci zaista vjeruju da socijalno poduzetništvo ima potencijal unijeti značajne pozitivne promjene u razvoju civilnoga društva. Njihov doprinos u tom procesu je zaista dragocjen.

PRONI CENTAR ZA SOCIJALNO PODUČAVANJE (Osijek, Vukovar, Sisak, Pirovac)

PRONI Centar za socijalno podučavanje je nevladina, neprofitna udruga građana koja posebnu pozornost u svom radu posvećuje mladima, uvažavajući različitosti etničkog podrijetla, vjere, kulture, spola i rase. PRONI Centar djeluje na području Hrvatske, s posebnim naglaskom na poslijeratna područja gdje je osobito izražena potreba za društvenom rekonstrukcijom.

PRONI Centar je započeo s radom 1997. kao pilot projekt u suradnji sa Sveučilištem u Jönköpingu u Švedskoj. U projekt je bilo uključeno 10 studenata iz Vukovara i 10 studenata iz Osijeka. Osnovni ciljevi pilot projekta bili su pomirenje te osposobljavanje studenata za voditelje rada s mladima. Osim toga, organizirane su mirovne aktivnosti na temelju iskustava iz Sjeverne Irske. Projekt je financijski podržala SIDA (Swedish International Development Agency). Nakon uspješno završenog pilot projekta polaznici su dobili potvrdu Sveučilišta u Jönköpingu, priznatu u zemljama Europske unije. Zbog velikog interesa za ovakav način obrazovanja, PRONI je uskoro proširio svoje djelovanje u neformalnom obrazovanju mladih.

PRONI Centar je u 2008. provodio 14 projekata kroz četiri glavna programa (program obrazovanja, program poticanja razvoja lokalnih politika i programa za mlade, program potpore razvoju kapaciteta lokalnih uprava i samouprava i program potpore razvoju udruga i civilnoga društva u cijelosti). PRONI Centar vodi upravni odbor koji broji 7 članova. Operativni tim u 2008. činilo je 7 zapo-

slenika, 3 osobe koje su bile zaposlene honorarno i oko 15 stalnih vanjskih suradnika. U protekloj godini budžet organizacije iznosio je preko 1.300.000,00 kn. Od toga je 48% osigurano od stranih donatora, 46% od domaćih, a preostali udio namaknut je od samofinancirajućih djelatnosti.

U PRONI-ju vjeruju kako neprofitne organizacije u današnjim okolnostima neizbježno moraju biti okrenute profitnim aktivnostima. Nakon odlaska izdašnih međunarodnih donatora iz Hrvatske, udruge su prinuđene tražiti različite modele samofinanciranja kako bi osigurale organizacijsku održivost. PRONI Centar je stoga rano počeo razvijati i nuditi različite edukacijske programe za interesiranim udrugama, institucijama i poslovnim sektoru, a tijekom godina razvili su ekspertizu u raznovrsnim područjima edukacije (od međusektorske suradnje, rada u zajednici, prevencije pušenja do tiskog rada, odnosa s javnošću, upravljanja projektnim ciklusom, upravljanja volonterima...). Tako je desetak institucija i organizacija angažiralo PRONI Centar za izvođenje različitih obrazovnih programa tijekom 2008.

Drugi izvor prihoda organizacije je Trening centar u Pirovcu. On je zamišljen kao poduzetnički pothvat u kojem je održivost rada s korisnicima – mladim ljudima bila osnovni motiv za njegovo pokretanje. Tako su i ciljevi pothvata u potpunosti usklađeni s vizijom, misijom i ciljevima organizacije. Naime, PRONI Centar provodi dvogodišnje sveučilišno obrazovanje za voditelje rada s mladima i rada u zajednici. Zbog svojih specifičnosti i očekivanih rezultata obrazovni moduli moraju biti rezidencijalnog karaktera. Sudionici trebaju biti smješteni izvan svog mjesta boravka, neometani i potpuno posvećeni radu u skupini. Poslijeratnim oporavkom, cijene smještaja počele su vrtoglavo rasti te je postalo vrlo teško osigurati financijske uvjete za daljnji rad. Ubrzo je postalo jasno da je jedno od najboljih rješenja kupovina kuće koju bi se moglo prilagoditi potrebama rada s mladima. Uz potporu

švedskih partnera i SIDA-e omogućena je kupovina nekretnine u Pirovcu koja je poslije obnovljena i opremljena zahvaljujući Norveškoj narodnoj pomoći i Institutu PRONI iz Švedske.

Trening centar smješten je u kući ukupne kvadrature preko 240m² na dvije etaže. U potpunosti je opremljen i može ugostiti 28 osoba. Ima šest lijepo namještenih soba, od kojih su dvije dvokrevetne sobe predviđene za smještaj predavača i/ili voditelja skupina. Potpuno opremljena kuhinja s profesionalnim uređajima za kuhanje i čuvanje namirnica pruža mogućnost i samostalne pripreve obroka. U kući su i dvije kupaonice, dva toaleta te klimatizirana predavaonica. Jedan djelatnik PRONI Centra u sklopu svog radnog vremena i opisa posla obavlja poslove vezane uz vođenje Treninig centra i organizaciju smještaja. Prema potrebi, za doček gostiju, kuhanje, čišćenje, održavanje okućnice i sitne popravke angažirane su tri nezapošljive osobe starije životne dobi iz Pirovca.

Korisnici Trening centra su primarno nevladine organizacije iz Hrvatske i inozemstva te u novije vrijeme osnovne škole u svrhu provođenja projektne nastave ili nastave u prirodi. PRONI-jevci bi željeli privući i manja privatna poduzeća na korištenje za potrebe edukacije i izgradnje tima no svjesni su činjenice da ova skupina češće odabire luksuznije hotelske smještaje. Stoga su sve pogodnosti usmjerene neprofitnim korisnicima koje nastoje privući jako povoljnim cijenama i mogućnošću samostalnog kreiranja aranžmana.

Prihodi Trening centra, ovisno o godini, čine udio od 6 do 11% u ukupnom budžetu PRONI Centra. Učinci na samofinanciranje organizacije nisu značajni u onoj mjeri koliko bi PRONI-jevci željeli. Cilj im je na ovaj način osigurati sredstva za sufinanciranje projekata za provedbu aktivnosti u sklopu strateških ciljeva organizacije, odnosno minimalno 15%. To bi bilo jednostavno postići ukoliko bi podigli cijene usluge. Naime, PRONI-jevci su svjesni da je cijena smještaja u Trening centru vrlo niska, osobito u

usporedbi s cijenama sličnih usluga u okolici. Međutim, žele održati cijenu niskom dok god to bude moguće kako bi izašli u susret svojim korisnicima – neprofitnim udrugama i ustanovama – koji teško dolaze do donacija za organizaciju edukacija, seminara ili višednevnih radnih sastanaka. Cilj je učiniti Trening centar Pirovac pristupačnim i dragim mjestom koje zadovoljava njihove potrebe i mogućnosti.

Osim provođenja vlastitih poduzetničkih aktivnosti, PRONI Centar provodi projekte kojima podiže kapacitete za socijalnu ekonomiju drugih organizacija i pojedinaca. Tako je tijekom 2008. PRONI Centar bio partner na projektu "YES – Youth Employment Support Programme" koji je imao za svrhu povećanje zapošljivosti i zaposlenosti mladih u Slavoniji te promicanje praksi socijalnog poduzetništva. PRONI Centar je također bio nositelj projekta "Ricochet" koji je imao za cilj smanjiti nezaposlenost mladih žena i djevojaka na području Vukovarsko-srijemske županije. Ciljana skupina bila je 120 nezaposlenih mladih žena sa zvanjem frizerke ili krojačice koje su imale priliku usavršavati se ili se prekvalificirati kako bi povećale šanse za zaposlenje.

PRONI Centar i dalje želi razvijati svoje kapacitete za samofinanciranje, osobito kroz Trening centar u Pirovcu. Uz financijsku i savjetodavnu potporu NESsT-a, PRONI Centar je izradio predizvedbenu i izvedbenu studiju te poslovni plan Trening centra. U budućnosti žele uložiti u objekt kako bi ga učinili još dostupnijim korisnicima, osobito osobama s invaliditetom. Unatoč krizi, već drugu godinu uspješno ostvaruju zacrtane ciljeve na putu prema samoodrživosti.

prilog 1.: upitnik

I) OSNOVNI PODACI O UDRUZI

Osnovni podaci o udruzi	Ovi se podaci neće navoditi u prilogu, osim sjedišta i godine osnutka udruge
1. Naziv udruge	
2. Sjedište i adresa udruge (u prilogu se navodi samo sjedište)	%
Grad Zagreb	33,3
Sjeverna Hrvatska	11,7
Središnja Hrvatska	5,0
Istra i Primorje	11,7
Istočna Hrvatska	21,7
Dalmacija	16,7
3. Telefon i faks	
4. E-mail	
5. Broj mobitela	
6. Web stranica	
7. Godina osnutka udruge	%
prije 1991.	1,7
1991 - 1998.	22,0
1999.-2003.	44,1
2004. – 2008.	32,2
8. Svrha i područje djelovanja udruge	%
Poboljšanje kvalitete života mladih	18,2
Aktivizam mladih	16,4
Humanitarni rad i volonterstvo	14,5
Kultura i mladih	14,5
Obrazovanje i informiranje	12,7
Slobodno vrijeme mladih	12,7
Izgradnja demokracije i civilnog društva	10,9

9. Naziv tijela državne uprave u čiji djelokrug, obzirom na ciljeve osnivanja, potpada djelatnost udruge	%
Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa	36,7
Ministarstvo obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti	65,3
Ministarstvo zdravstva i socijalne skrbi	26,5
Ministarstvo pravosuđa	2,0
Ministarstvo vanjskih poslova i europskih integracija	19,2
Ministarstvo kulture	22,4
Ministarstvo turizma	4,1
10. Ukupan broj članova udruge	%
Građana	
4-20	48,3
21-50	29,3
70-169	15,5
Više od 400	6,9
Individualnih članova mlađih od 30 godina	
0	7,1
1-10	26,8
11-30	32,1
35-100	21,4
Više od 100	12,5
Pravnih osoba	
0	77,4
Do 10	17,0
11-60	5,7
11. Broj stalno zaposlenih i broj volontera u udruzi	%
Broj stalno zaposlenih	
0	36,8
1-5	43,9
6-12	15,8
Više od 12	3,5

Broj volontera	
0	5,1
2-10	30,5
11-20	33,9
12-40	18,6
Više od 40	11,9

12. a) Koliko zaposlenika (uključivo ugovor o radu i ugovor o djelu) određene stručne sprema ima Vaša udruga, b) Koliko volontera određene stručne sprema ima Vaša udruga

Stručna sprema	%	
	Zaposleni	Volonteri
Bez školske sprema	0	0,4
Završena osnovna škola	3,7	3,2
Trogodišnja srednja stručna škola	4,4	6,0
Četverogodišnja srednja škola	28,1	51,3
Viša škola	7,0	7,0
Fakultet	47,8	30,6
Magisterij, doktorat	8,9	1,6

13. U kojem se rasponu kreće godišnji proračun Vaše udruge:

IZNOS	%
do 15.000,00 kn	10,5
15.000,00 - 25.000,00 kn	7,0
25.000,00 - 50.000,00 kn	10,5
50.000,00 - 75.000,00 kn	7,0
75.000,00 - 100.000,00 kn	3,5
100.000,00 - 125.000,00 kn	3,5
125.000,00 - 250.000,00 kn	5,3
250.000,00 - 500.000,00 kn	26,3
500.000,00 - 1.000.000 kn	10,5
više od milijun kuna	15,8

14. Rangovi načina financiranja na raspolaganju Vašoj udruzi

NAČINI FINANCIRANJA	RANGОВI (%)						
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
Regionalna/ lokalna samouprava	6,1	12,2	10,2	22,4	28,6	20,4	0
Državni proračun	2,7	5,4	13,5	13,5	16,2	45,9	2,9
Međunarodne potpore	9,7	12,9	19,4	19,4	22,6	12,9	3,2
Vlastita djelatnost	12,1	6,1	33,3	27,3	9,1	9,1	3,0
Donacije građana	33,3	33,3	9,1	12,1	12,1	0	0
Prihodi od članarine	25,0	37,5	9,4	9,4	6,3	12,5	0
Ostalo	0	0	0	0	0	0	0

15. Djeluje li udruga samostalno	%	
	Ne	Da
	36,2	63,8

16. Naziv organizacije pod koju udruga potpada ako nije samostalna	Broj odgovora nije dovoljan za analizu
--	--

17. Je li Vaša udruga u članstvu neke nacionalne organizacije ili saveza?	%	
	Ne	Da
	28,6	71,4

18. Naziv nacionalne organizacije ili saveza	Broj odgovora nije dovoljan za analizu
--	--

19. Je li Vaša udruga u članstvu neke međunarodne organizacije ili saveza?	Broj odgovora nije dovoljan za analizu
--	--

20. Naziv međunarodne organizacije	Broj odgovora nije dovoljan za analizu
------------------------------------	--

II) DJELATNOST UDRUGE

21. Područja djelovanja udruge	%
Obrazovanje	63,8
Znanost	10,3
Informatizacija	31,0
Informiranje	74,1
Kultura, nezavisna kultura, slobodno vrijeme mladih	69,0
Zapošljavanje i poduzetništvo	27,6
Socijalna politika	44,8
Zdravlje	31,0
Seksualno i reproduktivno zdravlje	27,6
Aktivno sudjelovanje mladih u društvu	69,0
Mobilnost	24,1
Zaštita okoliša i održivi razvoj	31,0
Volonterstvo	63,8
Ostalo	8,6

22. Aktivnosti udruge	%
Savjetodavne aktivnosti	75,9
Zagovaranje	43,1
Umrežavanje i organiziranje	62,1
Javne akcije/kampovi	50,2
Konferencije/seminari	75,9
Javne tribine	53,4
Informiranje	67,2
Izdavaštvo	50,0
Istraživanje	39,7
Obuka/trening	55,2
Ostalo	10,3

23. Kojim je vidovima suradnje Vaša udruga povezana s udrugama sličnog usmjerenja?	Broj odgovora nije dovoljan za analizu
---	--

24. Izdaje li Vaša udruga publikaciju/e	%	
	Ne	Da
	55,2	44,8

III) DRUŠTVENO OKRUŽENJE

25. Koliko je mjesto u kojem živite privlačno za život mladima?

ODGOVOR	%
Sasvim neprivlačno	41,1
Uglavnom neprivlačno	6,2
Ni privlačno ni neprivlačno	14,1
Uglavnom privlačno	25,3
Vrlo privlačno	13,3

26. Što mislite koji su najvažniji problemi mladih u našem društvu danas?

ODGOVOR	%
Nizak životni standard	37,2
Nedostatak interesa za društvena i politička zbivanja	23,6
Ovisnosti (alkoholizam, narkomanija...)	3,3
Nedostatak životne perspektive	39,5
Društveno neprihvatljivo ponašanje (nasilje, vandalizam i sl.)	23,9
Nekvalitetno obrazovanje	19,3
Nedovoljno sudjelovanje mladih u društvenim i političkim procesima	23,6
Važnost "veza", a ne sposobnosti i stručnosti	19,9
Masovni odlazak mladih stručnjaka u druge zemlje	8,6
Nezaposlenost	31,6
Vladavina "staraca"	18,8
Nedovoljna briga društva za mlade	30,6
Nešto drugo	0,7

27. Što bi trebalo učiniti da se problemi mladih kod nas počnu djelotvornije rješavati?

ODGOVOR	%
Osigurati sudjelovanje mladih u procesu odlučivanja na svim razinama	37,5
Zakonom ograničiti i nadzirati sastajališta mladih (disco klubove i sl.)	11,9
Osigurati jednake šanse u obrazovanju i zapošljavanju za sve	16,0
Uvesti stroge kazne za dilere droge i ograničiti prodaju alkohola	16,0
Osnovati posebno ministarstvo za mlade	24,2
Odgovorno provoditi sve strategije koje ciljaju dobrobiti mladih od strane državnih institucija (primjerice, NPM)	42,7
Osnovati posebne fondove za inicijative mladih u različitim sektorima	23,5
Srednje i visoko obrazovanje prilagoditi novim životnim potrebama	35,8
Nešto drugo	2,4

28. Izaberite instituciju, strukturu, medij ili skupinu ljudi za koju mislite da je najvažnija pri poticanju aktivnog sudjelovanja mladih u društvu?

ODGOVOR	%
Poznate javne osobe	15,4
Obitelj i prijatelji	32,1
Televizija	37,4
Radio	18,7
Političke stranke	24,3
Obrazovni sustav (škola)	45,6
Crkva ili druge vjerske institucije	4,3
Predstavnici lokalne zajednice	26,6
Predstavnici županije	18,4
Vlada	17,4
Udruge mladih	19,3
Internet	34,4
Tisak/Novine	16,7
Netko drugi	1,3

IV) OPĆENITE PREFERENCIJE ZAPOŠLJAVANJA

29. Što mislite, kakve su prilike za zapošljavanje u vašoj regiji?

ODGOVOR	%
Lošije nego u drugim regijama u Hrvatskoj	32,7
Jednake kao i u drugim regijama u Hrvatskoj	17,6
Bolje nego u drugim regijama u Hrvatskoj	49,7

30. Imate li namjeru pokrenuti vlastiti obrt ili poduzeće?

ODGOVOR	%
Ne, to me uopće ne zanima	68,7
Želio/la bih, ali procjenjujem da je to preveliki rizik	11,2
Želio/la bih, ali za to nemam dovoljno sredstava	13,4
Nastavit ću obiteljski obrt/poduzeće	1,7
Sigurno ću to učiniti	5,0

31. Gdje biste voljeli raditi kada biste mogli birati?

ODGOVOR	%
Imati svoju poljoprivrednu/stočarsku proizvodnju	3,9
Imati vlastito poduzeće/obrt	20,7
Raditi u javnom sektoru	18,4
Raditi u malom privatnom poduzeću	6,9
Raditi u velikom privatnom koncernu	4,3
Zadovoljan/na sam sadašnjim radnim mjestom	31,6
U organizaciji civilnog društva	13,8
Nešto drugo	0,3

32. Molimo Vas da ocijenite Vaše znanje/vještine

Znanje/vještine	%			
	1 Uopće ne pozna- jem	2 Uglav- nom ne pozna- jem	3 Uglav- nom pozna- jem	4 Vrlo dobro pozna- jem
Provođenja istraživanja i analize tržišta	30,6	47,0	18,8	3,6
Pozicioniranja proizvoda ili usluge na tržištu	40,8	42,4	14,8	2,0
Razvoja marketinške strategije	32,6	43,1	18,4	5,9
Izrade poslovnog plana	27,4	41,3	23,8	7,6
Pronalaska izvora podataka za opće istraživanje tržišta	33,9	40,1	21,1	4,9
Istraživanje potencijalnih potrošača/korisnika	32,9	39,8	23,0	4,3
Analiza konkurentnosti	40,1	43,1	12,8	3,9
Izrade financijske projekcije	31,8	39,5	22,7	6,0
Nešto drugo, navedite što	47,6	14,3	19,0	19,0

33. Procijenite koliko Vam je važno da Vaše sadašnje ili buduće radno mjesto pruža navedene mogućnosti?

Mogućnosti radnog mjesta	%				
	1 Pot- puno nevaž- no	2 Nevaž- no	3 Ne znam/ nisam sigu- ran/na	4 Važno	5 Izra- zito važno
Podržavanje soc. vrijednosti pomaganja i društvene koristi	0,3	3,1	15,7	43,0	37,8
Visoka zarada	2,6	4,9	17,1	58,6	16,8
Stalno obrazovanje i intelektualni napredak		1,6	16,8	42,1	39,5
Kreativan i raznolik posao	0,3	2,0	13,2	37,2	47,4
Društveni ugled	3,3	13,5	31,6	41,1	10,5
Stručna putovanja i rad u inozemstvu	3,6	14,8	31,6	33,6	16,4
Prisutnost u masovnim medijima	22,4	31,9	27,3	13,2	5,3
Stalni izazovi	2,0	13,2	35,2	34,2	15,5
Brzo napredovanje u stručnoj hijerarhiji	6,3	15,5	39,5	30,3	8,6
Sigurnost radnog mjesta	0,7	3,9	14,8	45,4	35,2
Fleksibilno radno vrijeme	1,3	5,6	17,6	46,5	28,9
Nešto drugo, navedite što	7,1	-	14,3	35,7	42,9

V) INFORMIRANOST O SOCIJALNOM PODUZETNIŠTVU

34. Jeste li se dosad susreli s pojmom socijalnog poduzetništva?

ODGOVOR	%
Ne	28,1
Da	66,0
Ne znam	5,9

35. Jeste li upoznati sa značenjem pojma socijalnog poduzetništva?

ODGOVOR	%
Ne	32,0
Da	39,9
Ne znam	28,1

36. Procijenite koliko ste informirani o značenju pojma socijalno poduzetništvo?

ODGOVOR	%
Vrlo dobro	4,3
Osrednje	19,7
Vrlo malo	46,5
Nisam uopće informiran/a	25,8
To me uopće ne zanima	3,7

37. Kako biste svojim riječima definirali socijalno poduzetništvo? (Stupanj točnosti odgovora)

ODGOVOR	%
U potpunosti netočno	12,5
Djelomično točno	48,7
U potpunosti točno	30,5
Ne zna	8,3

38. Gdje ili od koga ste prvi put čuli za socijalno poduzetništvo?

Odgovor	%
Putem ureda Vlade	2,2
Od drugih udruga	17,4
Od kolega na poslu	12,7
Na konferenciji/seminaru	13,7
Na fakultetu	9,2
Iz tiskanih medija	3,2
TV/radio	9,2
Internet	10,4
Tijekom anketiranja za ovaj projekt	8,0
Ne zna	15,0

39. Koja sredstva Vam služe za informiranje o socijalnom poduzetništvu, njegovim mogućnostima i načinu funkcioniranja?

Sredstva informiranja	%	
	1 Ne	2 Da
Internet	30,1	69,9
Specijalizirane knjige i članci	72,9	27,1
Radionice i seminari na temu socijalnog poduzetništva	64,7	35,3
Kontaktima s inozemnim organizacije	83,0	17,0
Kontaktima s lokalnom i županijskom upravom	89,9	10,1
Kontaktima s drugim NVO iz Hrvatske	61,5	38,5
Nešto drugo, navedite što	14,5	85,5

40. Smatrate li da bi Vaša lokalna zajednica profitirala od razvoja socijalnog poduzetništva i zašto?

ODGOVOR	%
Ne	-
Ne znam, nisam siguran/na	16,1
Da	83,9

41. Kako ocjenjujete ideju socijalnog poduzetništva?

ODGOVOR	%
Vrlo lošom	0,3
Uglavnom lošom	1,7
Uglavnom dobrom	30,6
Vrlo dobrom	33,9
Ne znam, nisam siguran/na	33,6

42. Ako niste imali projekt/e vezan/e za socijalno poduzetništvo, molimo Vas, procijenite razloge zašto niste

ODGOVOR	%
Izostanak institucionalne podrške	24,7
Nedostatak financijskih sredstava	34,3
Nedostatak ljudskih resursa	35,1
Nedostatak znanja i vještina na području socijalnog poduzetništva	45,4
Nedostatak ideje	12,0
Socijalno poduzetništvo predstavlja preveliki rizik za moju udrugu	8,4
Ne postoji potreba za socijalnim poduzetništvom u mojoj udruzi	6,8
Socijalno poduzetništvo se ne poklapa sa misijom i vrijednostima moje udruge	4,4
Pojam socijalnog poduzetništva mi je dosad bio nepoznat	34,7

43. Kako procjenjujete potrebu Vaših zaposlenika za dodatnim seminarima ili radionicama na temu socijalnog poduzetništva?

ODGOVOR	%
Velikom	48,1
Osrednjom	32,9
Malom	11,9
Ne postoji potreba	7,1

44. Ako da, koja institucija ili organizacija bi ih trebala organizirati?

ODGOVOR	%
Lokalna ili županijska uprava	18,7
Organizacija koja je uspješno provodi socijalno poduzetništvo	68,4
Vladina agencija	9,5
Netko drugi	3,1

45. Ako ne postoji potreba za dodatnim seminarima ili radionicama, možete li procijeniti zašto ne postoji?

ODGOVOR	%
Nezainteresirani smo za socijalno poduzetništvo	24,4
Koristimo zadovoljavajuće izvore educiranja o socijalnom poduzetništvu	14,0
Uveli smo praksu socijalnog poduzetništva	2,3
Ne znam, nisam siguran/na	59,3

46. Kada bi Vam se pružila prilika za pokretanjem socijalnog poduzetništva, biste li pristali na dodatnu edukaciju vezanu uz:

Oblici dodatne edukacije	Ne	Da	Ne, s tim sam dovoljno upoznat/a
Provođenje istraživanja i analize tržišta	19,2	78,1	2,7
Pozicioniranje proizvoda ili usluge na tržištu	17,5	78,8	3,7
Razvoj marketinške strategije	14,8	81,1	4,0
Izradu poslovnog plana	13,1	82,2	4,7
Pronalazak izvora podataka za opće istraživanje tržišta	17,8	78,5	3,7
Istraživanje potencijalnih potrošača/korisnika	16,6	79,4	3,4
Analizu konkurentnosti	16,9	79,7	3,4
Izradu financijske projekcije	14,2	82,7	3,1

47. Jeste li zainteresirani za pokretanje vlastitih projekata socijalnog poduzetništva?

ODGOVOR	%
Ne	25,2
Ne znam, nisam siguran/na	59,5
Da	15,3

48. Ako ste zainteresirani za pokretanje socijalnog poduzetništva, u kojim biste područjima djelatnosti željeli pokrenuti socijalno poduzetništvo?

ODGOVOR	%
Pomoć marginaliziranim skupinama	20,6
Edukacija	17,1
Turizam	12,1
Pružanje intelektualnih usluga	12,1
Kulturne djelatnosti	10,4
Sport	6,9
Djeca i mladi	1,8
Ne zna	19,0

49. Koliko poželjnim ocjenjujete socijalno poduzetništvo kao način funkcioniranja Vaše udruge?

ODGOVOR	%
Potpuno nepoželjno	0,7
Uglavnom nepoželjno	7,6
Uglavnom poželjno	31,8
Vrlo poželjno	18,9
Ne znam, nisam siguran/na	41,1

50. Je li se u Vašoj udruzi dosad razgovaralo o socijalnom poduzetništvu kao novom obliku funkcioniranja Vaše udruge?

ODGOVOR	%
Ne	45,1
Da	23,0
Ne znam, nisam siguran/na	31,9

51. Socijalno poduzetništvo se može provoditi na različite načina. Molimo Vas da rangirate najizglednije poduzetničke aktivnosti Vaše udruge?

PODUZETNIČKA AKTIVNOST	RANGOWI (%)						
	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
Honorari za usluge: Usluge koje neprofitna organizacija naplaćuje, često na temelju neke postojeće vještine i stručnosti osoblja	17,3	6,4	10,5	11,4	24,1	24,5	5,9
Prodaja proizvoda: Prodaja proizvoda koje su proizveli korisnici udruge, prodaja proizvoda korisnicima udruge, prodaja doniranih proizvoda ili pak proizvodnja i prodaja novih proizvoda	13,4	19,1	18,2	13,9	20,6	11,0	3,8
Korištenje nematerijalne imovine: Ostvarivanje prihoda od патената, licenci, naknada za intelektualno vlasništvo ili prijenosa prava iz vrijednosnih papira	11,5	22,1	25,0	20,2	11,1	9,1	1,0
Korištenje materijalne imovine: Iznajmljivanje nekretnina, prostora, opreme itd. kada se ne koriste za aktivnosti povezane s misijom	6,9	15,3	21,8	23,3	16,8	14,4	1,5
Kamate od ulaganja: Kamate od aktivnih ili pasivnih ulaganja financijskih sredstava (npr. uštede, rezervna sredstva i dr.)	31,5	20,5	12,0	13,0	11,0	12,0	-
Članarine: članovi ili korisnici usluga neprofitne organizacije plaćaju članarinu u zamjenu za proizvode, usluge ili druge pogodnosti	13,0	15,9	13,5	14,9	13,0	27,9	1,9
Ostalo	69,2	-	-	-	-	7,7	23,1

52. Imate li financijska sredstva za pokretanje socijalnog poduzetništva?

ODGOVOR	%
Ne	59,1
Ne znam	34,5
Da	6,4

53. Ako nemate, planirate li ih osigurati?

ODGOVOR	%
Ne	27,1
Ne znam	63,2
Da	9,6

54. Molimo Vas, procijenite koliko bi Vam financijskih sredstava bilo potrebno za pokretanje socijalnog poduzetništva?

ODGOVOR	%
10.000-50.000 kn	29,1
60.000-100.000 kn	10,5
150.000-300.000 kn	10,5
500.000-700.000 kn	10,5
Iznad 1.000.000 kn	5,2
Ne zna	34,2

55. Smatrate li, i u kojoj mjeri, da socijalno poduzetništvo može zamijeniti izvore financiranja udruga?

ODGOVOR	%
Nikako ne može	3,0
Uglavnom ne može	30,1
Uglavnom može	27,8
U potpunosti može	1,3
Ne znam	37,7

56. Ako ste zainteresirani za pokretanje socijalnog poduzetništva, mislite li da ćete imati problema s ostvarivanjem svojih planova vezanih uz socijalno poduzetništvo?

ODGOVOR	%
Ne	6,8
Ne znam, nisam siguran/na	73,0
Da	20,2

57. Ukoliko smatrate da biste imali problema s pokretanjem projekta socijalnog poduzetništva, molimo Vas da navedete koji bi to problemi, odnosno prepreke mogli biti

ODGOVOR	%
Nedostatak financijskih sredstava	26,1
Nedostatak ljudskih resursa	16,8
Birokracija i administracija	16,8
Nedostatak podrške institucije	10,6
Nerazumijevanje od strane građana	9,2
Loša informiranost članova udruge	5,8
Nezainteresiranost članova udruge	3,7
Nedostatak prostora	2,7
Političari	2,7
Prejaka konkurencija	1,1
Ne zna	4,4

58. Molimo Vas označite stupanj slaganja sa sljedećim stavovima o socijalnom poduzetništvu, funkcioniranju udruga te civilnom društvu

Tvrdnja	%			
	1 Potpu- no se slažem	2 Uglav- nom se slažem	3 Uglav- nom se ne slažem	4 Uopće se me slažem
Kroz primjenu socijalnog poduzetništva, udruge bi postale potpuno neovisne o donatorima	8,8	42,2	41,8	7,2
Opstanak udruge bi trebao ovisiti isključivo o njoj samoj	18,8	44,2	28,5	8,5
Financijsko samoodržanje udruga trebala bi biti budućnost NVO-a	8,2	26,2	50,0	15,6
Održivost udruga se može postići jedino primjenom socijalnog poduzetništva	13,8	54,3	28,7	3,2
Civilno društvo bi se trebalo znati financijski samoodržati.	4,3	18,4	60,4	16,9
Udruge bi trebale biti okrenute pokretanju profitnih aktivnosti.	15,6	42,2	34,4	7,8
Socijalnim poduzetništvom bi se povećala kvaliteta upravljanja organizacijom	5,3	32,5	51,2	11,0
Civilno društvo bi trebalo primijeniti neke kapitalističke principe kako bi se održalo	20,1	45,7	30,7	3,5
Udruge ne bi smjele funkcionirati kao poduzeća	8,6	27,2	36,2	28,0
Uvođenje socijalnog poduzetništva prijeti pretvaranjem civilnog društva u tržišno natjecanje.	8,8	36,4	41,6	13,2
Povezanost poduzetničkog pothvata s neprofitnom misijom je neprihvatljiva	28,3	48,6	18,3	4,8
Socijalno poduzetništvo može pozitivno pridonijeti našoj misiji i osnovnim vrijednostima	4,5	21,1	52,6	21,9
Ideja stvaranja profita u NVO-ima je neprihvatljiva	33,1	45,9	15,6	5,4

Dosadašnji način financiranja udruga se ne bi trebao mijenjati	25,5	52,9	18,1	3,5
Civilnom društvu je potrebna izdašna financijska potpora od strane države	4,6	12,0	46,3	37,1
Udruge bi trebale imati osigurana financijska sredstva od strane donatora	2,3	15,9	53,1	28,7

VI) DOSADAŠNJI PROJEKT SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA

59. Jeste li dosad imali projekte vezano uz socijalno poduzetništvo? ³

60. Ako da, koja je bila svrha projekta?

Dalje slijede podaci o projektu socijalnog poduzetništva (ispunjavaju samo udruge mladih koje u svom djelokrugu imaju aktivnosti socijalnog poduzetništva)

VII) PODACI O PROJEKTU SOCIJALNOG PODUZETNIŠTVA

61. Naziv programa/projekta

62. Datum početka provedbe

63. Planirano trajanje projekta u godinama

64. Mjesto održavanja

65. Molimo Vas da ukratko opišete djelatnost koju obavljate u sklopu socijalnog poduzetništva

³Odgovori na pitanja iz ove sekcije opisani u poglavlju «Iskustva u socijalnom poduzetništvu» jer broj dobivenih odgovora nije bio dovoljan za kvantitativnu analizu

66. Koji su ciljevi Vašeg projekta socijalnog poduzetništva?

67. Što Vas je motiviralo za pokretanje projekta socijalnog poduzetništva?

68. Obavljate li projekt samostalno, ili u suradnji s drugim organizacijama?

1. Samostalno
2. U suradnji s drugim organizacijama

69. Ukoliko projekt ne obavljate samostalno, iz koje grane djelatnosti ste okupili suradnike na projektu socijalnog poduzetništva?

VIII) CILJANA SKUPINA/KORISNICI PROJEKTA

70. Molimo Vas da navedete planiranu ciljanu skupinu/e (korisnike) Vašeg projekta socijalnog poduzetništva

71. Molimo Vas da opišete na koji ste način došli do ciljane skupine/korisnika

72. Molimo Vas da navedete jeste li imali poteškoća, i kakvih u pronalaženju korisnika svog projekta

73. Imate li uvide jesu li korisnici zadovoljni Vašim projektom

1. Nisu zadovoljni
2. Ne znam, nisam siguran/na
3. Zadovoljni su

74. Molimo Vas da navedete je li ostvarena aktivna komunikacija s korisnicima, jesu li dobiveni prijedlozi za poboljšanje projekta od strane korisnika

75. Molim Vas da ukratko opišete na koji je način provođenje projekta poboljšalo kvalitetu rada udruge

IX) FINANCIRANJE PROJEKTA

76. Imate li sufinancijera na svom projektu socijalnog poduzetništva?

1. Ne
2. Da

77. Molimo Vas da navedete jeste li zadovoljni razinom samofinanciranja koju postižete putem svog projekta socijalnog poduzetništva

78. Ukoliko imate sufinancijera na svom projektu molimo Vas da opišete način suradnje i procijenite kvalitetu suradnje s institucijom sufinanciranja

X) NAČIN PROVEDBE PROJEKTA

79. Uključuje li Vaš projekt volonterski rad?

1. Ne
2. Da

80. Ukoliko Vaš projekt uključuje volonterski rad, molimo Vas da ocijenite jesu li broj volontera i njihova uključenost u projekt ostvarili Vaša očekivanja

81. Surađujete li na projektu s tijelima državne uprave?

1. Ne
2. Da

82. Molimo Vas da opišete i ocijenite kvalitetu suradnje s tijelima državne uprave

83. Jesu li od početka projekta nastupile promjene u planiranom načinu provođenja projekta socijalnog poduzetništva?

1. Ne
2. Da

84. Ukoliko su od početka projekta nastupile promjene u planiranom načinu provođenja projekta socijalnog poduzetništva, molimo Vas da navedete koje su to promjene

85. Molimo Vas da navedete koji su razlozi promjena ukoliko su od početka projekta nastupile promjene u planiranom načinu provođenja projekta socijalnog poduzetništva

86. Molimo Vas da navedete na koje ste prepreke naišli u ostvarenju projekta

XI) EVALUACIJA PROJEKTA

87. Molimo Vas da navedete konkretne rezultate Vašeg projekta?

88. Molimo Vas da u sljedećim odgovorima naznačite koliko je Vaš projekt utjecao na sljedeće:

	1 Uopće nije	2 Malo	3 Ne znam, nisam sigu- ran/ na	4 Dosta
Samofinanciranje				
Samoodrživost				
Zaposlenost mladih u Vašoj udruzi				
Korist za lokalnu zajednicu				

89. Molimo Vas da iskažete stupanj vlastitog (ne)zadovoljstva provedbom projekta

1. Potpuno sam zadovoljan/na
2. Zadovoljan/na sam
3. Nisam ni zadovoljan/na ni nezadovoljan/na
4. Nezadovoljan/na sam
5. Potpuno sam nezadovoljan/na

90. Molimo Vas da navedete je li provedena samoevaluacija projekta

1. Ne
2. Da

91. Molimo Vas da ukratko opišete na koji je način provedena samoevaluacija projekta

92. Molimo Vas da navedete je li provedena evaluacija projekta od strane partnerske institucije

1. Ne
2. Nemamo instituciju partera
3. Da

93. Molimo Vas da navedete je li provedena vanjska evaluacija projekta

1. Ne
2. Nemamo instituciju partera
3. Da

94. Molimo Vas da navedete primjere dobre prakse izvedene iz projekta

XII) PROMOCIJA I NASTAVAK PROJEKTA

95. Planirate li nastavak Vašeg sadašnjeg projekta socijalnog poduzetništva?

1. Ne
2. Da

96. Ukoliko planirate nastavak sadašnjeg projekta, na koji ga način planirate ostvariti?

97. Na koji način promovirate svoj rad na projektu i njegove rezultate rada?

98. Planirate li izdati publikaciju u sklopu projekta?

1. Ne
2. Ne znam, nisam siguran/na
3. Da

Komentar ispitanika/ce:

literatura

1. Austin, J.; Reficco, E. (2009) Corporate Social Entrepreneurship. <http://hbswk.hbs.edu/item/6153.html>
2. Boschee, J.; McClurg, J. (2003): Toward a better understanding of social entrepreneurship: Some important distinctions. http://www.se-alliance.org/better_understanding.pdf
3. Comolli, L.; Varga, E.; Varga, P. (2007) Pokreni se: Iskustva održivog socijalnog poduzetništva u Hrvatskoj. Zagreb: NESST. http://www.uzuvrh.hr/UserFiles/pokreni_se.pdf
4. Dees, G., J.; Emerson, J.; Economy, P. (2001) Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs. http://books.google.hr/books?id=WAj-PqmXOpYC&dq=social+entrepreneurship&printsec=frontcover&source=bl&ots=-8eNCCoPKG&sig=3lNahvdsB-ZfuWoi1kuSMZeCDyY&hl=hr&ei=dpSXStaDH4aUsAazqNWiBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=11#v=onepage&q=social%20entrepreneurship&f=false
5. Dees, J., G. (2001): The Meaning of «Social Entrepreneurship» reformatted and revised. <http://www.fntc.info/files/documents/The%20meaning%20of%20Social%20Entrepreneurship.pdf>
6. Evers, A. (2006) Social Economy and Social Enterprise. On the Challenges Between two Labels. http://www.mes-d.net/grupcies/boletin/Articulo_Edic_36.pdf
7. Martin, L., R.; Osberg, S. (2007) Social Entrepreneurship: The Case for Definition. Stanford Social Innovation Review 1: 1-13. http://www.skollfoundation.org/media/skoll_docs/2007SP_feature_martinosberg.pdf

8. Nicholls, A. (2006) Social entrepreneurship: new models of sustainable social change. http://books.google.hr/books?id=hSU7eGKLa1gC&dq=social+entrepreneurship&printsec=frontcover&source=bl&ots=ZdYgOfcYU5&sig=ocughP71WgkvoMs7aFhDTJro634&hl=hr&ei=gZaXSoG5HMP6_AayzaXABQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4#v=onepage&q=&f=false
9. Seelos, C.; Mair, J. (2005) Sustainable development: How Social Entrepreneurship Make it Happen. <http://ideas.repec.org/p/ebg/iesewp/d-o611.html>
10. Škrtić, M.; Mikić, M. (2007) O socijalnom poduzetništvu u svijetu i u Republici Hrvatskoj. Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu. 1:153-163.
11. <http://www.proni.hr/>
12. <http://www.actnow.hr/>

